

## Online-Radikalisierung: Mythos oder Realität?

Linda Schlegel

- Oftmals ist das Internet ein wichtiger Faktor, aber nicht das einzige Element, welches zu einer Radikalisierung beiträgt.
- Die neue Ausrichtung auf die Radikalisierung von Kindern im Internet gibt Anlass zur Sorge und verlangt nach einem ganzheitlichen Ansatz zur Bekämpfung selbiger.
- Online-Radikalisierung ist sowohl Teil der Strategie gewaltbereiter Extremisten als auch ein Nebenprodukt der Ausbreitung sozialer Medien unter den Anhängern dieser Gruppierungen. Nicht immer gibt es offizielle Propaganda, sondern oftmals werden eigene Diskussionen unter Nutzern zu Beschleunigern für Radikalisierungsprozesse.
- Es muss sowohl das Angebot als auch die Nachfrage an Onlinepropaganda eingedämmt werden. Dies kann nur gelingen, wenn man das Phänomen nicht nur aus der Sicherheitsperspektive betrachtet.

## Inhaltsverzeichnis

Gibt es Radikalisierungen, die nur online stattfinden? .....	2
Top-down oder Bottom-up? .....	3
Neue Herausforderungen .....	4
Ausblick und Handlungsempfehlungen .....	5
Impressum .....	8

Die Ausbreitung von extremistischen, jihadistischen und zur Gewalt aufrufenden Webseiten, Blogs und Kanälen in den sozialen Medien, ist seit langem ein wichtiges sicherheitspolitisches Thema. Extremisten und Terroristen nutzen die neuen technologischen Mittel, um sich auszutauschen, zu organisieren und ihre Vorstellungen publik zu machen. Waren Terroristen im vorherigen Jahrtausend noch darauf angewiesen, dass Journalisten über ihre Taten berichten und ihrer Gruppe und Ideologie zu Aufmerksamkeit verhelfen, so sind gewaltbereite Gruppierungen heute in der Lage ihre Geschichte und ihre Absichten ungefiltert zu veröffentlichen und sich untereinander schnell und effektiv über Ländergrenzen hinweg zu verständigen. Spätestens seit dem Fall des australischen Teenagers Jake Bilardi<sup>1</sup>, der in die Gebiete des sogenannten Islamischen Staat (IS) reiste und 2015, im Alter von 19 Jahren, ein Selbstmordattentat in Ramadi (Irak) beging, ist allerdings nicht nur die Online-Kommunikation von Extremisten im Fokus, sondern auch das Phänomen der Online-Radikalisierung. Bilardi konvertierte ohne direkte Einflüsse aus seinem Umfeld zum Islam, radikalisierte sich nach heutigem Kenntnisstand ausschließlich über Onlinemedien und reiste mit Hilfe von Onlinekontakten nach Syrien aus. Sein Fall, aber auch viele andere Fälle westlicher Rekruten, werfen die Frage auf, ob ein Radikalisierungsprozess ausschließlich online ablaufen kann oder ob die Onlinepropaganda nur ein begünstigender und gegebenenfalls beschleunigender Faktor ist, aber alleine nicht ausreicht, eine Radikalisierung zu erklären. Leider gibt es immer noch zu wenige systematische, empirische Studien zu diesem Themenkomplex und unser Wissen beschränkt sich in der Regel auf bekannte Täterprofile und punktuelle Forschung. Trotzdem können einige allgemeine Aussagen über Online-Radikalisierung getroffen werden.

### Gibt es Radikalisierungen, die nur online stattfinden?

Um es direkt vorweg zu nehmen: Radikalisierungen, die bewiesenermaßen einzig und allein durch den Konsum von Onlinepropaganda hervorgerufen wurden, sind rar gesät. Jake Bilardi ist immer noch eine Ausnahme, wenn man die Mehrheit der bekannten Fälle betrachtet. Trotzdem ist das noch kein Beweis, dass es keine reine Online-Radikalisierung gibt. Nur die Wenigsten, die sich radikalisierten, planen und verüben einen Anschlag. Unsere Daten beruhen also auf den Ausnahmen der Ausnahmen, nämlich denjenigen, auf deren Radikalisierung eine Tat folgte, die durch Behörden präventiv oder im Nachgang aufgedeckt wurde. Es ist daher durchaus denkbar, dass Online-Radikalisierung viel effektiver ist als bisher angenommen wird. Der Schritt von kognitiver Radikalisierung, also einem veränderten Weltbild ohne offensichtliche Gewaltausübung, zu Gewalt und einem Anschlagsvorhaben kann, muss aber nicht passieren. Wie viele kognitiv radikalisierte Anhänger des „virtual jihad“<sup>2</sup> es im „virtual caliphate“<sup>3</sup> gibt, kann nicht mit Sicherheit bestimmt werden.

Unser Wissen über Online-Radikalisierung beruht sich ausschließlich auf gefasste Täter und ist damit möglicherweise verzerrt.

Doch selbst wenn wir davon ausgehen, dass es keine reinen Online-Radikalisierungen gibt, so spielen das Internet und die sozialen Medien trotzdem eine immer wichtigere Rolle und können sowohl Toröffner als auch Verstärker physischer Radikalisierungskontakte sein. Zum einen, weil der technologische Fortschritt immer weiter unser aller Lebenswelt prägt. Wir alle nutzen ständig Smartphones, Computer und soziale Medien. Es ist daher nicht überraschend, dass sich Radikalisierungsprozesse von Hinterzimmern in Buchläden, über heimlich getauschte DVDs, bis hin zu Webseiten und Nachrichtendiensten wie Twitter und WhatsApp verlagert haben. Eine digitalisierte Welt bringt digitalisierte Terroristen hervor. Zum anderen zeigen die wenigen existierenden empirischen Studien zu dem Thema, dass das Internet mehr Möglichkeiten bietet mit extremen Inhalten in Kontakt zu kommen und, besonders entscheidend, sich mit anderen darüber auszutauschen<sup>4</sup>. Radikalisierung ist in der Regel ein sozialer Prozess und das Internet begünstigt Kommunikation und Interaktion über physische Grenzen hinweg.

Zwei Faktoren, die Online-Radikalisierung begünstigen, sind besonders hervorzuheben. Zum einen muss beachtet werden, dass die junge Generation, die sogenannten *digital natives*<sup>5</sup>, Onlinemedien sehr viel selbstverständlicher als Teil ihres Lebens und ihrer sozialen Beziehungen begreifen als ältere Generationen dies tun. Dies bedeutet, dass die Wichtigkeit der Kommunikation von Angesicht zu Angesicht abnimmt und Onlinekontakten mit großem Vertrauen entgegengetreten wird. Dies ist besonders dann der Fall, wenn die Onlinekontakte die sprachlichen Besonderheiten der *digital natives* spiegeln und sie mit zielgruppenspezifischen Inhalten anziehen. Onlinekommunikation kann unter Umständen die Offlinekommunikation komplett ersetzen und daher Online-Radikalisierung begünstigen; insbesondere dann, wenn ein direkter persönlicher Kontakt per Messenger-Dienst hergestellt wird.

*Digital natives nutzen Onlinemedien anders als vorherige Generationen.*

---

Zum anderen ist die sogenannte *filter bubble* oder Echokammer<sup>6</sup> zu nennen. Soziale Medien zeigen den Nutzern ausschließlich Dinge, die ihre Freunde teilen, Inhalte von Seiten, die sie „geliked“ oder abonniert haben und bieten die Möglichkeit, viele Inhalte zu sperren, die den Nutzern nicht gefallen. So entsteht eine Echokammer, in der politische Ansichten und Ideologien von allen Seiten reflektiert werden wie das Echo in einer Höhle. Dadurch entsteht der Eindruck, alle seien derselben Meinung. Filterblasen betreffen alle Nutzer, aber sie können Radikalisierung begünstigen, wenn die *filter bubble* extremistisches Gedankengut beinhaltet und bestimmte Perspektiven immer wieder als Wahrheit und kollektive Sichtweise kommuniziert werden. Besonders *digital natives*, in deren Verständnis sich soziale Kontakte vielfach hauptsächlich online abspielen, können durch den suggerierten Konsens ihres Netzwerks radikale Sichtweisen übernehmen. Als nächstes stellt sich die Frage inwieweit diese Entwicklungen von den Extremisten vorhergesehen und forciert wurden.

*Soziale Medien lassen eine Echokammer entstehen, die von alternativen Meinungen schwer zu durchdringen ist.*

---

## Top-down oder Bottom-up?

Bei den Diskussionen um Online-Radikalisierung tritt immer wieder die Frage auf, ob es sich um eine zielgerichtete, durch die Anführer der terroristischen Vereinigungen gesteuerte Strategie handelt oder ob die sozialen Medien generell stärker für den Ideenaustausch genutzt werden und mehr oder weniger zufällig dort jihadistisches Gedankengut diskutiert wird. Die Frage ob Radikalisierung *top-down* oder *bottom-up*, von oben nach unten oder von unten nach oben, geschieht wurde unter Akademikern und Praktikern schon vor der Fokussierung auf Onlinemedien kontrovers diskutiert. Symptomatisch hierfür ist die *Hoffman-Sage-man debate* aus den USA. Hoffman<sup>7</sup> ist der Meinung, dass Organisationen durch zielgerichtete Propaganda und speziell ausgebildete Rekrutierer neue Anhänger gewinnen. Sage-man<sup>8</sup> hingegen geht davon aus, dass Radikalisierung ein Nebenprodukt anderer Gruppendynamiken sein kann und dass sie vor allem dort stattfindet wo kleine Freundesgruppen sich gegenseitig ideologisieren.



Im Bereich der Onlinepropaganda finden wir eine Mischform zwischen den beiden gegensätzlichen Positionen<sup>9</sup>. Zum einen gibt es offizielle Webseiten und Kanäle in sozialen Medien. Eine Studie fand heraus, dass der IS beispielsweise auf Telegram mit hoher Wahrscheinlichkeit sogenannte Bots einsetzt um Inhalte auf tausenden Kanälen gleichzeitig zu posten. Auch werden die Kanäle teilweise moderiert, überwacht und inaktive oder „verdächtige“ Nutzer ausgeschlossen, was darauf schließen lässt, dass hier offizielle Organe der Organisation am Werk sind.<sup>10</sup> Der IS produziert außerdem professionelle Videos und Magazine in verschiedenen Sprachen, um eine breite Zielgruppe anzusprechen. Es ist demnach sehr wahrscheinlich, dass auch „professionelle“ Anwerber innerhalb der Gruppe existieren, deren Aufgabe darin besteht, aktiv Radikalisierungen voranzutreiben und persönlichen Kontakt zu Nutzern aufzubauen. Aber selbst auf offiziellen Propagandakanälen legen die Organisationen Wert auf die Möglichkeit zum direkten Austausch. Das englischsprachige Onlinemagazin *Dabiq* des sogenannten Islamischen Staates enthält E-Mail-Adressen und die Aufforderung „The Dabiq team would like to hear back from its readers“<sup>11</sup>. Selbst offizielle Propaganda ist daher nicht nur top-down, sondern kann via Internet zum Toröffner für direkte, persönliche Kommunikation werden. Dies muss als gezielte Strategie verstanden werden. Die sozialen Medien erleichtern die Kontaktaufnahme ungemein, sodass es weniger gefährlich und weniger schwierig ist als früher, direkten Kontakt zu Extremisten herzustellen.

Online-Radikalisierung funktioniert sowohl bottom-up als auch top-down.

---

Soziale Medien werden aber vor allem auch durch den „normalen“ Nutzer zu Plattformen für Radikalisierungsprozesse. Offizielle Propaganda wird geteilt und kommentiert. Oftmals wird sogar neue Propaganda produziert oder durch die Kommentarfunktion unter nicht propagandistischen Inhalten verbreitet. Am besorgniserregendsten ist sicherlich die Möglichkeit einzuschätzen, Ideologie aktiv im Netz gestalten zu können. Das Internet ermöglicht eine nie dagewesene Teilhabe aller Sympathisanten an der Ausrichtung der Organisation und Einordnung von externen Ereignissen. Wer Inhalte aktiv mitgestalten kann, hat eine größere psychologische Investition in die Ideologie als ein passiver Konsument. Radikalisierung kann die Folge sein und wird durch die sozialen Prozesse und Austauschmöglichkeiten im Netz verstärkt. Sagemans Freundesgruppe kann auch virtuell existieren.

## Neue Herausforderungen

Eine neue Herausforderung für Sicherheitsbehörden und zivilgesellschaftliche Präventions- und Deradikalisierungsmaßnahmen ist die Verbreitung von sogenannten *instant messenger* Diensten wie Twitter, Telegram und WhatsApp<sup>12</sup>. Hier wird besonders deutlich wie soziale Medien die Grenzen zwischen reinem Konsum von Onlinepropaganda und aktiver Rekrutierung verschwimmen lassen. Der Attentäter von Würzburg beispielsweise hatte bis unmittelbar vor der Tat Kontakt zu IS-Mitgliedern per WhatsApp und hat teilweise detaillierte Anweisungen erhalten.<sup>13</sup> Dienste wie WhatsApp ermöglichen die unmittelbare Kommunikation ohne zeitliche Verzögerung über große Distanzen und begünstigen daher Anschlagstaktiken mit sogenannten *remote-controlled* oder „ferngesteuerten“ Tätern.<sup>14</sup> Sie sind einerseits Einzeltäter und fallen in die Kategorie der *lone wolves*, weil ihnen keine praktische Hilfe für Anschläge zugutekommt und sie oft keiner terroristischen Organisation angehören. Andererseits sind sie durch direkte Anweisungen von außen bestimmt und daher nicht mehr als Einzeltäter zu klassifizieren. Weimann spricht in diesem Zusammenhang von „lone wolves and their virtual packs“<sup>15</sup>, also von einsamen Wölfen und ihren virtuellen Rudeln, einem noch nie dagewesenen Typus von Täter. Mit diesem neuen Phänomen kommt die Terrorismusforschung nicht nur hinsichtlich der sprachlichen Differenzierung von Täterprofilen an ihre Grenzen, sondern kennt auch noch kein effektives Gegenmittel gegen solche direkten, aber virtuellen Radikalisierungs- und Rekrutierungsbemühungen.

Messenger-Dienste wie WhatsApp stellen eine besondere Mischform aus Zwischenmenschlicher- und Online-Radikalisierung dar.

---

Eine zweite Herausforderung ist die sich weiter verstärkende *gamification* von Propagandamaterial.<sup>16</sup> *Gamification* beschreibt die Einführung traditioneller Spielelemente wie Wettbewerb, Status, Level und Belohnungen in einen außerspielischen Kontext. Zum einen wären da Anreize zu nennen, die Nutzer länger auf extremistischen Webseiten halten, wie beispielsweise Belohnungen für viele Kommentare und Privilegien durch Aufstieg in ein neues „Level“. Zum anderen gibt es nun auch klassische Spiele, die zu Propagandazwecken entwickelt wurden, wie beispielsweise eine islamistische Variante des bekannten *Grand Theft Auto*.<sup>17</sup> Dies ist Teil der sogenannten Pop-Dschihad<sup>18</sup> oder im Englischen auch als *Jihadi Cool*<sup>19</sup> bezeichneten Strategie der islamistischen Akteure, die sich als eine jugendliche Subkultur präsentieren und Elemente der Popkultur wie Spiele, Rap und Filme für ihre Zwecke nutzen. Oftmals sind jihadistische Webseiten sehr viel professioneller, interessanter und besser gestaltet als die anderer Organisationen und werden daher als ansprechend und cool empfunden.<sup>20</sup> *Gamification* erhöht den psychologischen Anreiz extremistischen Gedankenguts und kann einen leichten und schleichenden Einstieg in die Szene bieten. Auch hier gibt es noch keine effektiven Gegenmaßnahmen, die über die Löschung von Videomaterial, Diskussionsforen und Spielen hinaus geht.

Damit einher geht eine stärkere Gefährdung für Kinder und Jugendliche. Nicht nur, dass diese generell eher zu den Nutzern von Onlinespielen gehören, gerade islamistische Organisationen nutzen eine spezielle Strategie, um schon die Kleinsten an die Ideologie heranzuführen. Dabei werden die Inhalte an verschiedene Alters- und Zielgruppen angepasst und spiegeln die Lebenswirklichkeit der Kinder wieder. Die App des IS, *Moalem Al-Hijaá* (Lehrer der Rechtschreibung), ist beispielsweise aufgebaut wie ein klassisches Wortfindungsspiel, mit dem Unterschied, dass statt der sonst üblichen Worte wie Auto und Ball die richtige Schreibweise von Kriegswaffen gezeigt wird.<sup>21</sup> Ältere Kinder und Jugendliche werden hingegen mit eigenen IS-Stickern und *GIFs* (Graphics Interchange Format, kurze Videosequenzen) angesprochen. Dies ist eine neue und gefährliche Entwicklung, denn durch die sozialen Medien sind Kinder dieser Art von Propaganda vom familiären Umfeld unbemerkt ausgesetzt. Hier ist eine Zusammenarbeit zwischen Jugendschutz, politischen Entscheidungsträgern und Betreibern der Apps und Kanäle vonnöten.

## Ausblick und Handlungsempfehlungen

Auch wenn uns zurzeit noch weitreichende empirische Belege und genaue Zahlen zu Online-Radikalisierung fehlen, so ist eine Beteiligung von Onlinemedien bei vielen neueren Täterprofilen, ob als *Foreign Fighters* oder als *Homegrown Terrorists*, unbestreitbar. Die Tatsache, dass terroristische Vereinigungen wie der IS so viel Zeit und Geld in aufwändige Onlinepropaganda investieren, bedeutet, dass es einen großen strategischen Nutzen für die Organisationen haben muss und sie ihre Ziele dadurch erreichen. Schon das sollte Grund genug sein, sich noch eingehender mit der Materie zu beschäftigen und nach Präventionsmaßnahmen für Online-Radikalisierungen zu suchen.

Der IS hat seine Propagandaproduktion seit der physischen Schwächung und Gebietsverluste stark eingeschränkt. Dies gilt allerdings nur für die offiziellen Kanäle; die Ideologie und Gewaltbereitschaft lebt in den Sympathisanten weiter. Selbst wenn sich der IS nicht wieder erholen sollte, werden andere Organisationen seinen Platz einnehmen, online zu Gewalt und Terror aufrufen und zur Radikalisierung von jungen Menschen beitragen. Physische Angriffe gegen Milizen allein können die offiziellen Kanäle für eine Weile dezimieren, werden das Problem aber nicht nachhaltig lösen. Auch eine komplette Zensur gestaltet sich schwierig. Das Internet ist schnelllebig, Screenshots sind innerhalb von Sekunden gemacht und Nutzer finden immer wieder Wege auf propagandistische Inhalte zuzugreifen. Ein Problem,

---

Dschihad wird teilweise als jugendliche Subkultur präsentiert und spricht damit ein breiteres Publikum an.

---

---

Die mögliche Radikalisierung von Kindern und Jugendlichen fordert zunehmende Aufmerksamkeit.

---

---

Physische Angriffe sowie Zensur im Internet reichen nicht aus zur Bekämpfung des Phänomens.

---

das sowohl *top-down* als auch *bottom-up* geschürt wird, darf nicht nur *top-down* bekämpft werden. Dies bedeutet gegebenenfalls eine Umverteilung von Ressourcen, da „offiziellen“ Terrororganisationen anders entgegengetreten wird als einzelnen Nutzern.

Onlinepropaganda wird nicht zu besiegen und Onlineradikalisierung nicht zu verhindern sein. Beides wird uns noch über Jahre beschäftigen. Daher ist es umso wichtiger, mehr zu diesem wichtigen Aspekt zu forschen und einen interdisziplinären Erklärungsansatz, insbesondere an der Schnittstelle von Soziologie, Psychologie und Kommunikationswissenschaften, zu finden. Nur dann kann auch ein Lösungsansatz gefunden werden. Momentan verstehen wir noch zu wenig, welche Radikalisierungsmechanismen in der virtuellen Welt wirken und bekämpfen Symptome statt Ursachen. Des Weiteren ist es wichtig, den Risikogruppen nicht nur sogenannte *counter-narratives*, also Gegen narrative, anzubieten, sondern vor allem alternative Narrative. Nicht nur Gegenrede, sondern positive Anreize sowohl online als auch offline sind vonnöten. Auch zur Schaffung dieser Narrative ist ein interdisziplinärer Ansatz vonnöten und daher sollte der Austausch zwischen Wissenschaftlern unterschiedlicher Disziplinen, Praktikern aus dem Präventions- und Deradikalisierungsbereich, Sicherheitsbehörden und der Politik noch stärker gefördert werden als bisher.

Radikalisierung  
muss interdisziplinär  
erforscht und auf  
mehreren Ebenen  
bekämpft werden.

Besondere Beachtung sollte der besorgniserregenden Entwicklung im Bezug auf die Radikalisierung von Kindern geschenkt werden. Hier ist es notwendig einen Ansatz zu finden, der sich nicht nur aus sicherheitspolitischer Betrachtungsweise speist, sondern aus einem gesellschaftlichen Jugendschutzgedanken. Die Anziehungskraft des *Jihadi Cool* auf Kinder und Jugendliche kann unter Umständen groß sein und muss möglichst früh bekämpft werden. Während in Großbritannien unter der CONTEST-Strategie gegen Terrorismus Schulen und Universitäten spezielle Bedeutung in der Identifizierung von möglichen Radikalisierungen zukommt, gibt es in Deutschland wenig vergleichbare Ansätze. Hier wäre eine Evaluierung der Strategien anderer europäischer Länder sinnvoll, um möglicherweise eine deutsche Strategie speziell gegen die Radikalisierung von Kindern und Jugendlichen zu konzipieren.

Wie Professor Peter Neumann schon 2012 der amerikanischen Regierung empfahl<sup>22</sup>: Zur Eindämmung von Onlineradikalisierung muss sowohl das Angebot als auch die Nachfrage nach solchen Inhalten verringert werden. Es muss diskutiert werden, wie man extremistische Inhalte weniger zugänglich machen kann, welche Rolle Organisationen wie Facebook zukommt und welche gesetzlichen Maßnahmen zur Regulierung des Internets zur Eindämmung von Onlineradikalisierung beitragen können. Es muss aber auch hinterfragt werden, warum immer mehr junge Menschen gezielt nach diesen Inhalten suchen und wie verhindert werden kann, dass hilfreiche Kommunikationsmittel wie WhatsApp zu Werkzeugen von Anwerbern werden. Dies bedeutet, dass eine holistische Betrachtungsweise, die über den Sicherheitsaspekt hinaus geht, ratsam ist, um zusammen mit zivilgesellschaftlichen Akteuren effektive Lösungsansätze zu erarbeiten.

- 1 Ein Journalist der BBC sprach mit Bilardi vor seinem Attentat: <https://www.bbc.com/news/world-australia-31845428> (05.08.18). Außerdem sind Teile seines Blogs, in dem er seine Radikalisierung selbst beschreibt, wieder verfügbar: <https://quadrant.org.au/opinion/qed/2015/06/jake-bilardis-deleted-blog/> (05.08.18).
- 2 Awan, A. (2010). The Virtual Jihad. <https://ctc.usma.edu/the-virtual-jihad-an-increasingly-legitimate-form-of-warfare/> (05.08.18).
- 3 Winter, C. (2015). Documenting the Virtual Caliphate. <http://www.quilliaminternational.com/wp-content/uploads/2015/10/FINAL-documenting-the-virtual-caliphate.pdf> (05.08.18).
- 4 Vgl. zum Beispiel van Behr, I., Reding, A., Edwards, C. und Gribbon, L. (2013). Radicalization in die Digital Era: The use of the internet in 15 cases of terrorism and extremism. [https://www.rand.org/content/dam/rand/pubs/research\\_reports/RR400/RR453/RAND\\_RR453.pdf](https://www.rand.org/content/dam/rand/pubs/research_reports/RR400/RR453/RAND_RR453.pdf) (05.08.18).
- 5 Prensky, M. (2001). Digital Natives, Digital Immigrants. [http://old.ektf.hu/~kbert/2014\\_15\\_01/erasmus/DigitalNativesPartIII.pdf](http://old.ektf.hu/~kbert/2014_15_01/erasmus/DigitalNativesPartIII.pdf) (25.07.18).
- 6 Winter, C. (2016). Special Report: An integrated approach to Islamic State recruitment. [https://www.aspi.org.au/publications/an-integrated-approach-to-islamic-state-recruitment/SR88\\_IS-recruitment.pdf](https://www.aspi.org.au/publications/an-integrated-approach-to-islamic-state-recruitment/SR88_IS-recruitment.pdf). (27.07.18).
- 7 Hoffman, B. (2006). *Inside Terrorism*. Columbia University Press.
- 8 Sageman, M. (2004). *Understanding Terrorist Networks*. University of Pennsylvania Press  
Sageman, M. (2008). *Leaderless Jihad*. University of Pennsylvania Press .
- 9 Baaken, T. und Schlegel, L. (2017). Fishermen or Swarm Dynamics? Should we Understand Jihadist Online-Radicalization as a Top-Down or Bottom-Up Process? <http://journals.sfu.ca/jd/index.php/jd/article/view/127/105> (20.7.18).
- 10 Bloom, M. Hicham, T. and Horgan, J. (2017). Navigating ISIS's Preferred Platform: Telegram. *Terrorism and Political Violence*. DOI: 10.1080/09546553.2017.1339695.
- 11 Weimann, G. (2016). „Why do terrorists migrate to social media?“, in Aly, A., Macdonald, S., Jarvis, L. and Chen, T. (Herausgeber). *Violent Extremism Online: New Perspectives on terrorism and the Internet*. Routledge: London, S. 54.
- 12 Kiefer, M. (2017). Junge Dschihadisten im WhatsApp-Chat: Welche Rolle spielt Religion? <http://www.bpb.de/politik/extremismus/radikalisierungspraevention/259448/junge-dschihadisten-im-whatsapp-chat> (04.08.18).
- 13 Vgl. Czygan, Z. (2016) „IS-Anweisungen an Würzburg-Attentäter: ‚Mach es mit der Axt‘“. <https://www.augsburger-allgemeine.de/bayern/IS-Anweisungen-an-Wuerzburg-Attentaeter-Mach-es-mit-der-Axt-id39088002.html> (09.07.18).
- 14 Vgl. z.B. Mullins, S. (2017). Lone-actor vs. remote-controlled jihadi terrorism: Rethinking the threat to the West. <https://warontherocks.com/2017/04/lone-actor-vs-remote-controlled-jihadi-terrorism-rethinking-the-threat-to-the-west/> (25.07.18).
- 15 Weimann, G. (2016). „Why do terrorists migrate to social media?“, in Aly, A., Macdonald, S., Jarvis, L. and Chen, T. (Herausgeber). *Violent Extremism Online: New Perspectives on terrorism and the Internet*. Routledge: London.
- 16 Brachman, J. und Levine, A. (2011). The World of Holy Warcraft. <http://foreignpolicy.com/2011/04/13/the-world-of-holy-warcraft/> (25.07.18).
- 17 Al-Rawi, A. (2016). Videogames, terrorism and ISIS jihad 3.0. <https://www.tandfonline.com/doi/pdf/10.1080/09546553.2016.1207633> (24.6.18).
- 18 Der Tagesspiegel (2015). Werbung mit dem „Pop-Dschihad“. <https://www.tagesspiegel.de/politik/islamistische-rekrutierung-im-internet-werbung-mit-dem-pop-dschihad/12707602.html> (27.07.18).
- 19 Cottee, S. (2015). The Challenge of Jihadi Cool. <https://www.theatlantic.com/international/archive/2015/12/isis-jihadi-cool/421776/> (25.07.18).
- 20 Zick, A. interviewt von von Billerbeck, L. (2015). Wie der IS Jugendliche im Internet ködert. [http://www.deutschlandfunkkultur.de/vorbild-islamismus-wie-der-is-jugendliche-im-internet.1008.de.html?dram:article\\_id=309064](http://www.deutschlandfunkkultur.de/vorbild-islamismus-wie-der-is-jugendliche-im-internet.1008.de.html?dram:article_id=309064) (29.06.18).
- 21 Jugendschutz.net (2018). 2017 Bericht: Islamismus im Netz. [https://www.hass-im-netz.info/fileadmin/user\\_upload/hass\\_im\\_netz/documents/Bericht\\_2017\\_Islamismus\\_im\\_Internet.pdf](https://www.hass-im-netz.info/fileadmin/user_upload/hass_im_netz/documents/Bericht_2017_Islamismus_im_Internet.pdf) (24.07.18).
- 22 Neumann, P. (2012). Countering Online Radicalization in America. <http://bipartisanpolicy.org/wp-content/uploads/sites/default/files/BPC%20Online%20Radicalization%20Report.pdf> (28.07.18).

## Impressum

### Die Autorin

Linda Schlegel ist Referentin für Terrorismusabwehr und Konfliktmanagement in der Konrad-Adenauer-Stiftung. Sie hat einen Master in Counter-Terrorism vom King's College London und befasst sich insbesondere mit den Themen Radikalisierung und gesellschaftlichen Auswirkungen des Terrorismus.

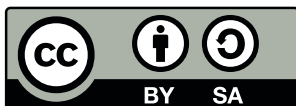
### Konrad-Adenauer-Stiftung e. V.

Linda Schlegel  
Referentin für Terrorismusabwehr und Konfliktmanagement  
Europäische und Internationale Zusammenarbeit  
T: +49 30 / 26 996-3398  
[linda.schlegel@kas.de](mailto:linda.schlegel@kas.de)

Postanschrift: Konrad-Adenauer-Stiftung, 10907 Berlin

Herausgeberin: Konrad-Adenauer-Stiftung e. V. 2017, Sankt Augustin/Berlin  
Gestaltung und Satz: yellow too, Pasiak Horntrich GbR  
Die Printausgabe wurde bei copy print Kopie & Druck GmbH, Berlin  
klimaneutral produziert und auf FSC-zertifiziertem Papier gedruckt.  
Printed in Germany.  
Gedruckt mit finanzieller Unterstützung der Bundesrepublik Deutschland.

ISBN 978-3-95721-468-3



Der Text dieses Werkes ist lizenziert unter den Bedingungen von „Creative Commons Namensnennung-Weitergabe unter gleichen Bedingungen 4.0 international“, CC BY-SA 4.0 (abrufbar unter: <https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/legalcode.de>).

Bildvermerk Titelseite  
© Sergey Nivens/Shutterstock.com