

Digitale Radikalisierung: Strategien rechtsextremistischer und islamistischer Akteure auf TikTok

Kristin Weber

Abstract: Soziale Medien, wie TikTok gehören inzwischen zur Lebenswelt der Menschen, insbesondere jüngerer Generationen, doch sie können auch Transmitter ideologischer Inhalte sein. Der Beitrag vergleicht, durch die Verwendung einer Inhaltsanalyse extremistische TikTok-Videos, die Strategien extremistischer TikTok-Influencer und Unterstützer aus dem rechtsextremen und islamistischen Spektrum mit Fokus auf Radikalisierungs- und Ansprachestrategien. Ein weiterer Fokus liegt auf möglichen Veränderungen der Nutzung antisemitischer Narrative nach Oktober 2023 und potenzielle Angleichungseffekte zwischen beiden Milieus.

Aufbauend auf den Ergebnissen des Projektes *X-Sonar* und einer Analyse von Gerichtsakten verurteilter IS-Rückkehrer (Weber 2023) wird geprüft, inwieweit sich Muster aus dem salafistisch-jihadistischen Kontext auch im Rechtsextremismus wiederfinden lassen und inwiefern sich Radikalisierungsstrategien seit dem Abschluss dieser Projekte verändert haben.

Schlüsselwörter: TikTok, Extremismus, Radikalisierung, Islamismus, Jihadismus, Rechtsextremismus.

1. Einleitung

Smartphones und die Nutzung von sozialen Medien¹, insbesondere TikTok, sind heute fester Bestandteil der alltäglichen Lebenswelten der Bevölkerung und sind aus ihnen nicht mehr wegzudenken. Sie prägen Kommunikation, Informationsverhalten und soziale Beziehungen nachhaltig (Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest 2024; Tillmann 2020). Insbesondere jüngere Generationen sind nahezu permanent online und über soziale Medien miteinander vernetzt (Vorderer 2015; Hugger 2014). Die Mehrheit der Jugendlichen in Deutschland besitzt laut JIM-Studie² (2024) ein eigenes Smartphone und ist täglich mehrere Stunden online (Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest 2024). Je nach Alter befinden sich Jugendliche durchschnittlich zwischen 142 (12–13-Jährige) bis zu 252 Minuten (18–19-jährige) online (Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest 2024). Besonders intensiv genutzt wird TikTok: 42 % der 12- bis 13-Jährigen, 63 % der 14- bis 15-Jährigen, 58 % der 16- bis 17-Jährigen und 52 % der 18- bis 19-Jährigen nutzen es täglich oder mehrmals pro Woche; Mädchen zeigen hierbei mit 49 % eine etwas höhere Nutzungsintensität

- 1 Soziale Medien werden in diesem Artikel nach Wolfers et al. (2025) definiert: „user-centered (...) platforms that individual users use to share image and video content with audiences or to consume shared images and videos by other users“ (Wolfers et al. 2025: 201). Erweitert wird diese Definition von der Autorin, um den Aspekt der Kommunikation, der ein wichtiger Bestandteil in den sozialen Medien ist. Es geht somit allein, um das Erstellen, Teilen und Konsumieren von Inhalten, sondern auch um die Kommunikation mit anderen Usern.
- 2 In dieser repräsentativen Studie wurden 1.200 Jugendliche zwischen 12 und 18 Jahren (Juni-Juli 2024) befragt. Es wurde ein Mixed-Methods-Design von Telefonumfrage und Online-Fragebogen-Umfrage verwendet (Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest 2024).

als Jungen (40 %) (Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest 2024). Auch bei jüngeren Nutzern zeigt sich ein ähnliches Nutzungsverhalten, wie die BitKom-Studie³ (2024) verdeutlicht: 6- bis 18-Jährige verbringen täglich durchschnittlich 127 Minuten an ihren Smartphones; 71 % nutzen dabei soziale Medien (BitKom 2024).

Es zeigt sich, dass im Laufe des digitalen Fortschritts und ihrer Eingliederung in das Leben soziale Medien zu Kommunikationsräumen geworden sind, die sowohl die Sozialisation als auch die Identitätsentwicklung und sogar die Meinungsbildung von Kindern und Jugendlichen beeinflussen können (Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend 2024; Hugger 2014). Sie sind zu einem „festen Bestandteil des Aufwachsens“ (Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend 2024: 13) und der Jugendkultur (Hugger 2014) geworden.

Durch die großen Mengen an Inhalten, die in den sozialen Medien gestreut werden, kann sich auch das Risiko der Nutzer erhöhen, mit extremistischen Inhalten und Desinformationen in Kontakt zu kommen oder in Echokammern⁴ und Filterblasen⁵ zu gelangen (Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend 2024; Munger 2020; Flaxman/Goel/Rao 2016). Dieses kann durch algorithmische Empfehlungssysteme⁶ geschehen, welche die Sichtbarkeit von Inhalten und ihre Verbreitung beeinflussen können (Galeazzi et al. 2025; Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend 2024; Milli et al. 2024; Munger 2020). Insbesondere TikTok hat sich zu einem schnelllebigen und trendgetriebenen Medium entwickelt, auf dem Kurzvideos (20–60 Sekunden) innerhalb weniger Sekunden eine hohe Reichweite erzielen können (Schnabel/Berendsen 2024; Munger 2020). Die zeitliche Begrenzung erschwert eine differenzierte Auseinandersetzung mit komplexen Themen; stattdessen werden Inhalte häufig emotionalisiert, u. a. gezielt populistisch, antidemokratisch oder auch ideologisch aufgeladen, um unmittelbare Reaktionen⁷ und (vorschnelle) Positionierungen zu provozieren (Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend 2024; Schnabel/Berendsen 2024; Schnabel 2024; Munger 2020).

Diese Videos sind nicht nur zu einer neuen digitalen Kommunikationsform geworden, sondern übernehmen zunehmend auch eine meinungsbildende Funktion, insbesondere im Bereich der politischen Meinungsbildung und der Einflussnahme auf junge Nutzer (Steiner 2020; Schnabel 2024; Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend 2024).

Mittlerweile zählt TikTok als das bedeutendste Medium und Informationsquelle, um über Trends und das aktuelle Weltgeschehen informiert zu bleiben (Medienpädagogischer For-

3 In dieser repräsentativen Studie wurden über 900 Kinder und Jugendliche (6–18 Jahre) in Deutschland zu ihrem Online- und Smartphone-nutzungsverhalten befragt. Mit steigendem Alter verbringen Kinder und Jugendliche mehr Zeit auf sozialen Medien: 10–11 Jahre: 51 Minuten, 12–13 Jahre: 59 Minuten, 14–15 Jahre: 99 Minuten, 16–18 Jahre: 134 Minuten (BitKom 2024).

4 Echokammern sind Umgebungen, in denen die Meinung, die politische Einstellung oder der Glaube von Nutzern zu einem Thema durch wiederholte Interaktionen mit Gleichaltrigen oder Quellen mit ähnlichen Tendenzen und Einstellungen verstärkt wird (Cinelli et al. 2021: 1).

5 Filterblasen sind Umgebungen, in denen die Nutzer mit Informationen versorgt werden, die auf ihre Interessen zugeschnitten sind. Sie sind ein personalisiertes „einzigartiges Informationsuniversum“ (Hartmann et al. 2025: 3). Sie können einerseits den Zugang zu alternativen Standpunkten einschränken, andererseits aufgrund der Algorithmen die Exposition gegenüber radikaleren Inhalten erhöhen (Mattheis et al. 2023).

6 Es handelt sich hierbei um künstliche Intelligenz oder Maschine Learning Systeme, die permanent von menschlichem Verhalten lernen und sich diesem anpassen. Sie wurden u. a. dazu entwickelt, Nutzern für sie u. a. relevante Inhalte anzuzeigen und um soziale Interaktion (z. B. Likes, Kommentare) zu erzeugen (Metzler/Garcia 2024). U. a. TikTok nutzt diese Empfehlungssysteme, um Nutzererfahrungen stärker zu strukturieren und schlägt auf der For You-Page Inhalte vor, die auf die Interessen des Nutzers zugeschnitten sind (Munger 2020).

7 Z. B. Kommentare, Likes, Teilungen, Replikationen bzw. kreative Neuinterpretationen (Remixes) oder Live-Interaktionen und Diskussionen mit der Community.

schungsverbund Südwest 2024; Schnabel 2024). Studien, u. a. von Harff/Schmuck (2024) sowie Newman et al. (2023) haben die Medienrezeption von Jugendlichen und ihre Beziehungen zu Influencern näher untersucht und bestätigen, dass diese bei der Informationsbeschaffung eine zentrale Rolle für jüngere Generationen spielen.

Extremisten nutzen TikTok ebenfalls, da es vorrangig von jüngeren Generationen genutzt wird, dadurch werden sie entsprechend verstärkt zur Zielgruppe radikaler Akteure. Algorithmen und Trends sowie die Reichweite von TikTok werden gezielt genutzt, um Propaganda und Ideologien zu streuen, um möglichst viele Menschen und neue Anhänger international erreichen zu können.

Der sogenannte Islamische Staat (IS) gilt seit 2014 als Vorreiter in der Nutzung sozialer Medien für propagandistische Zwecke und hat sich dadurch deutlich von anderen Gruppierungen, wie der Al-Qaida abgegrenzt. Dies zeigt sich sowohl in der Qualität ihrer Propagandamaterialien als auch in der Quantität, mit der radikalisierte Inhalte verbreitet wurden. Doch nicht nur der radikale Islamismus hat soziale Medien als Transmitter ideologischer Inhalte für sich entdeckt. Auch rechtsextremistische Akteure nutzen sie zunehmend gezielt, um Desinformationen und ideologisch aufgeladene Inhalte zu verbreiten und so Misstrauen in die freiheitlich-demokratische Grundordnung zu säen.

Dieser Beitrag verfolgt zwei zentrale Zielsetzungen: 1. Im Mittelpunkt steht eine vergleichende Analyse extremistischer TikTok-Influencer aus der rechtsextremen und islamistischen Szene. Untersucht werden ihre Radikalisierungsstrategien⁸, wobei ein besonderes Augenmerk auf mögliche Angleichungseffekte zwischen den ideologischen Milieus gelegt wird. Dabei soll auch der Frage nachgegangen werden, inwiefern sich antisemitische Narrative nach den Angriffen der Hamas im Oktober 2023 in beiden Spektren verschärft und als Radikalisierungsressourcen etabliert haben.

2. Aufbauend auf dem abgeschlossenen Forschungsprojekt X-Sonar zu extremistischen Bestrebungen in sozialen Medien (Hamachers/Weber/Jarolimek 2020) sowie auf einer Analyse von Gerichtsakten verurteilter deutscher IS-Rückkehrer (Weber 2023) wird untersucht, ob rechtsextreme Akteure vergleichbare Radikalisierungsstrategien verfolgen. Im Fokus stehen affektive Ansprachestrategien wie das Imitieren freundschaftlicher Beziehungen, das Anbieten von Identifikationsfiguren und Mentoren, um empfängliche Personen zu radikalisieren.

Methodisch erfolgt eine systematische Inhaltsanalyse von TikTok-Videos, um inhaltliche Parallelen und Unterschiede zu identifizieren. Aufbauend auf den Ergebnissen von X-Sonar und Weber (2023) soll ein Augenmerk daraufgelegt werden, inwiefern sich Strategien der Radikalisierung in den Folgejahren weiterentwickelt oder verändert haben.

2. Methodik

Zur empirischen Untersuchung der oben skizzierten Fragestellungen wurde eine qualitative Inhaltsanalyse nach Mayring (2015) durchgeführt, die sich auf audiovisuelle Beiträge islamistischer und rechtsextremistischer Influencer und Accounts auf TikTok konzentriert. Da es

8 U. a. Einsatz von Emotionen, Jugendsprache, um Personen zu radikalisieren.

sich hierbei um ein Medium handelt, in dem unterschiedliche Inhalte (Bild, Ton, Text, Hashtags, Kommentare) vorliegen, wurde der Schwerpunkt auf eine Zusammenfassung von Bild und Toninhalten gelegt. Dabei wurde induktiv vorgegangen und mit dem Material gearbeitet, d. h. es wurden audiovisuelle Inhalte angesehen und analysiert, anschließend wurden daraus Kategorien⁹ entwickelt. Dabei wurde besonders auf politische und ideologische Bezugnahmen, aber auch ergänzend auf Texte, wie spezifische Codes¹⁰ und Hashtags¹¹ geachtet. Die komplexen Inhalte wurden anschließend auf ihre Kernaussagen reduziert. Anschließend wurden die erarbeiteten Kategorien strukturiert. Dadurch konnten politische und ideologische Bezugnahmen, die symbolische Sprache und adressatenorientierte Ansprachen und emotionale Inszenierungen der Videoinhalte systematisch erfasst werden.

Im Sinne einer forschungsethisch verantwortungsvollen Anonymisierung wurden keine Klarnamen oder Accountbezeichnungen in die Analyse aufgenommen. Die Videobeiträge wurden paraphrasiert, zusammengefasst und inhaltlich strukturiert, ohne die ursprüngliche Aussage zu verändern. Dieses Vorgehen gewährleistet einerseits den Schutz personenbezogener Daten, andererseits vermeidet es die Reproduktion extremistischer Inhalte.

Untersucht wurden zehn rechtsextremistische TikTok-Accounts: fünf eindeutig rechtsextremistischen Influencern zuzuordnende Profile sowie fünf Accounts von Nutzern, die als Sympathisanten rechtsextremer Inhalte auftraten. Die Auswahl erfolgte auf Grundlage der Reichweite (min. 10 000 Follower), inhaltlicher Ausrichtung und Zuordnung der Profile zum Rechtsextremismus. Die untersuchten Accounts bewegen sich hinsichtlich ihrer Reichweite im fünf- bis sechsstelligen Bereich.

Ein zentrales Anliegen der Analyse war es, die mediale Selbstinszenierung dieser Akteure als Teil einer Normalisierungsstrategie¹² zu untersuchen.

Im Rahmen einer Kooperation mit dem Counter Extremism Project (CEP) wurde ergänzend zur eigenen Datenerhebung auf einschlägiges Material zurückgegriffen, das im Zuge der laufenden Monitoring-Formate *Extremist Content Online* sowie *CEP's Eye on Extremism* systematisch dokumentiert und analysiert wird. Die Auswahl der Accounts erfolgte durch das CEP durch das systematischen Online-Monitoring sowie im Rahmen gezielter Recherchen in sozialen Medien in Absprache mit der von der Autorin festgelegten Kriterien: Inhalte aus dem Themenfeld des islamistischen Extremismus, die entweder in deutscher Sprache verfasst sind oder explizit auf Europa, insbesondere auf Deutschland, Bezug nehmen. Es sollten Accounts berücksichtigt werden, die dem IS oder seiner afghanisch-pakistanischen Ablegerorganisation Islamischer Staat Provinz Khorasan (ISPK) zuzurechnen sind.

Das zur Verfügung gestellte Datenmaterial umfasst unterschiedliche Formate extremistischer Kommunikation: darunter Videomaterial islamistischer Influencer, die sich ideologisch oder organisatorisch dem IS bzw. ISPK verbunden zeigten, ebenso wie propagandistische Inhalte, die nachweislich aus der offiziellen Medienproduktion dieser Gruppierungen stammten.

9 Hauptkategorien waren u. a. ideologische Kategorien, wie Rechtsextremismus und Jihadismus und ihre Unterkategorien: Nationalismus, Patriotismus, Salafismus. Inhaltskategorien, wie u. a. Narrative, Geschlechterkonstruktionen (Männlich-/Weiblichkeitsvorstellungen), Radikalisierungs-, Rekrutierungs-, Ansprache- & Normalisierungsstrategien), (ideologische) Codes und Hashtags, um nur einige Kategorien zu nennen.

10 Dazu zählen auch die Verwendung von Emojis, die eine Zugehörigkeit symbolisieren, wie z. B. Reichsadler, blaues Herz u. a.

11 Beispielsweise #fürdemokratie #freespeech.

12 Beschreibt eine Strategie rechtsextreme Ideologien, Narrative und Feindbilder gesellschaftlich anschlussfähig zu machen (Müller 2022).

Insgesamt umfasste das übermittelte Material 25 eindeutig dem IS/ISPK zuzuordnende Accounts. Zur Sicherstellung einer konzeptionellen und analytischen Vergleichbarkeit zwischen den untersuchten Phänomenbereichen des Rechtsextremismus und Islamismus wurde aus dieser Stichprobe eine Auswahl getroffen: Fünf Accounts wurden eingehend analysiert, wobei sowohl die formale als auch die inhaltliche Struktur der geteilten Beiträge und ihre kommunikativen Strategien im Zentrum der Analyse standen. Darüber hinaus wurden fünf weitere deutschsprachige islamistische Influencer-Accounts in die Analyse einbezogen, deren Beiträge sich zumeist nicht offen militant, wohl aber ideologisch radikalisierend positionieren. Diese Akteure bieten unterschiedliche Formate und Inhalte an, die von religiös-konservativer Missionierung bis hin zur subtilen Verbreitung einer salafistisch-dschihadistischen Weltanschauung reichen.

Der parallele Vergleich rechtsextremistischer und islamistischer Akteure auf TikTok ist zentral, da beide Milieus dasselbe Medium nutzen, um insbesondere jüngere Nutzer zu erreichen. Während sie in ihrer ideologischen Ausrichtung und Narrativen differieren, setzen beide auf ähnliche Kommunikationsstrategien wie Emotionalisierung oder die Inszenierung von Nahbarkeit. Die vergleichende Analyse ermöglicht es, sowohl gemeinsame Muster als auch milieuspezifische Unterschiede herauszuarbeiten.

Im Rahmen des BMBF-Projekts *X-Sonar* (2017–2020) wurden an der Deutschen Hochschule der Polizei Radikalisierungsprozesse in sozialen Medien untersucht. Auf Grundlage dieser Forschung entstand eine Dissertation (Weber 2023), die auf der Analyse von 36 Gerichtsakten verurteilter islamistischer Straftäter¹³ (2014–2017) basiert. Ihr Schwerpunkt lag auf der Analyse islamistischer Radikalisierungsprozesse durch eine Gerichtsaktenanalyse.

Die Täter unterstützten hauptsächlich den IS sowie ihm nahestehende Organisationen. Die Akten enthielten u. a. Chatverläufe, Observationsprotokolle, Urteile und Vernehmungen. Sie wurden durch den Generalbundesanwalt und weitere Staatsanwaltschaften bereitgestellt. Insgesamt konnten 58 Personen¹⁴ identifiziert und aufgrund ihrer strafrechtlichen Handlungen in Rückkehrende¹⁵, Ausreisewillige¹⁶ und Unterstützer¹⁷ gruppiert werden. Zur Untersuchung der Radikalisierungsverläufe wurde bei Weber (2023) ein methodentriangulierender Ansatz¹⁸ für die Aktenanalyse, bestehend aus qualitativer Inhaltsanalyse (Mayring 2015) und Groun-

13 § 129 a StGB Bildung einer terroristischen Vereinigung, § 129 b StGB Kriminelle und terroristische Vereinigungen im Ausland, § 89 a StGB Vorbereitung einer schweren staatsgefährdenden Gewalttat, § 89 b Aufnahme von Beziehungen zur Begehung einer schweren staatsgefährdenden Gewalttat oder § 89 c Terrorismusfinanzierung.

14 53 Männer und fünf Frauen. Im Mittel waren die Frauen 23 und die Männer 26,5 Jahre alt.

15 Personen, die nachweislich (mehrfach) aus Deutschland aus- und wieder eingereist sind und sich terroristischen Organisationen im Ausland angeschlossen haben.

16 Personen, die 1. mindestens einen Versuch unternommen haben, aus Deutschland auszureisen, um sich einer terroristischen Organisation im Ausland anzuschließen, oder 2. beim Ausreiseversuch von den Sicherheitsbehörden inhaftiert worden sind, oder 3. den Plan verworfen haben, auszureisen.

17 Personen, die nicht ausgereist sind und eine terroristische Organisation auf anderen Wegen (finanziell oder materiell) unterstützt haben.

18 Die Akteninhalte wurden im ersten Schritt inhaltsanalytisch ausgewertet, um einen Überblick über die Akteninhalte, die Täter, ihre Biografien sowie ihre Radikalisierungsprozesse und die Tätermotivationen zu erhalten. Im nächsten Schritt wurde auf Grundlage der Grounded Theory ein Kategorienschemata induktiv direkt am Material erstellt. Ziel dessen war es, eine Theorie über das Phänomen der Syrien-Rückkehrer sowie ein möglichst passendes Kategorienschemata zu entwickeln, das in der Lage ist, durch eine inhaltsanalytische Bearbeitung der Akten, die Radikalisierungsprozesse und Wege der Täter in den Jihad erklären zu können. Für mehr Informationen zur verwendeten Methodik siehe Weber (2023).

ded Theory (Glaser/Strauss 1967; Strauss/Corbin 1996), gewählt, um die Täterbiografien und ihre Radikalisierungsprozesse analysieren zu können.

Das Ziel der Studie von Weber (2023) war es, zentrale Muster, Motive und Verlaufsförmungen jihadistischer Radikalisierungsprozesse herauszuarbeiten. Ein zentrales Ergebnis der Analyse war die herausgehobene Bedeutung von salafistisch-jihadistischen Predigern, deren ideologische Einflussnahme in nahezu allen untersuchten Radikalisierungsverläufen nachweisbar war. Es konnten wiederkehrende Kommunikationsstrategien, Mobilisierungsmuster und Formen der ideologischen Einflussnahme von salafistisch-jihadistischen Prediger rekonstruiert werden. Ihre Ansprachestrategien trugen maßgeblich zur Stabilisierung extremistischer Weltbilder sowie zur schrittweisen Entgrenzung der Täter, bis hin zur Legitimation gewaltförmiger Handlungen im Sinne der aktiven Teilnahme am gewaltsamen Jihad, bei (Weber 2023). Der Rückgriff auf diese Ergebnisse ermöglicht es, Kontinuitäten und Veränderungen in Radikalisierungsstrategien sichtbar zu machen: So lassen sich etwa die Rolle charismatischer Mentoren und Prediger, die in den Aktenanalysen eine herausragende Bedeutung hatten, mit der jugendkulturell anschlussfähigen Inszenierungen heutiger TikTok-Influencer vergleichen. Auch soll aufgezeigt werden, wie sich Extremisten beider Spektren die Logiken sozialer Medien zunutze machen.

3. Die Nutzung sozialer Medien durch Extremisten und Terroristen

Die starke Präsenz jüngerer Generationen in sozialen Medien und insbesondere auf TikTok schafft ein attraktives Einfallstor für extremistische Akteure. Sie passen sich an (jugendkulturelle) Trends und ästhetische Formate an, um Anschlussfähigkeit herzustellen und ihre ideologischen Botschaften in die Alltagswelt junger Nutzer einzubetten (Franke/Hajok 2023). Dabei nutzen sie algorithmische Empfehlungssysteme strategisch, um die Reichweite und Sichtbarkeit ihrer Inhalte zu maximieren (Franke/Hajok 2023). Jüngere Generationen können durch soziale Medien besonders häufig und niedrigschwellig mit extremistischen Inhalten in Kontakt kommen, oftmals sogar unbewusst und ohne, dass sie danach suchen (Vorderer 2015). Eine starke Emotionalisierung, Zuspitzung und Reduktion der Inhalte auf TikTok begünstigt, dass insbesondere jüngere Rezipienten leichter in ideologische Echokammern und Filterblasen geraten können (Franke/Hajok 2023).

Die Verflechtung von Extremismus mit dem Internet sowie insbesondere sozialen Medien ist dabei kein neuartiges Phänomen. Seit Beginn des 21. Jahrhunderts besteht in der sozialwissenschaftlichen Forschung zunehmend Einigkeit darüber, dass das Internet nicht nur als Kommunikationsmittel, sondern auch als strukturprägender Raum für den internationalen Extremismus und Terrorismus fungiert. Insbesondere frühere Forschungsarbeiten betonen dabei die Bedeutung des Internets als Katalysator individueller und kollektiver Radikalisierungsprozesse, auch im Kontext des internationalen Terrorismus (u. a. Sageman, 2008; Corman 2011; Cornish/Lindley-French/Yorke 2012; Chowdhury Fink/Barclay 2013). Die digitalen Infrastrukturen ermöglichen dabei nicht nur die Verbreitung ideologischer Inhalte, sondern bilden einen wesentlichen Bestandteil moderner Radikalisierungsprozesse (u. a. Hamachers/Weber/Jarolimek 2020; Chowdhury Fink/Barclay 2013; Cornish/Lindley-French/Yorke 2012; Corman 2011). Damit ist die Verflechtung von Extremismus und sozialen

Medien auch Ausdruck eines sich kontinuierlich wandelnden, technologisch adaptierten Prozesses. Ziel ist die Erschließung und Ausweitung neuer (Kommunikations-)Räume und eines neuen Publikums, sodass man auch von einer extremistischen Raumnahme sprechen könnte. Dabei geht es auch um den Aufbau ideologisch aufgeladener Communities, in denen Narrative, Feindbilder und Propaganda verbreitet, Unterstützer rekrutiert und Zugehörigkeitsgefühle gestiftet werden. Dies geschieht plattformübergreifend von etablierten sozialen Medien bis hin zu neueren, wie TikTok (Comerford/Ayad/Guhl 2021; Guhl/Ebner/Rau 2020; Weber/Hamachers 2020), was die Strategie der digitalen Raumnahme erneut unterstreicht.

Eine Analyse von Comerford/Ayad/Guhl (2021) dokumentiert diesen dynamischen Prozess eindrücklich: Zwischen Oktober 2019 und Juli 2021 stiegen die Aktivitäten salafistischer Akteure in sozialen Medien deutlich an: in arabischsprachigen Communities um 112 %, in englischsprachigen um 110 % und in deutschsprachigen um 77 % (Comerford/Ayad/Guhl 2021). Die algorithmisch gesteuerte Sichtbarkeit extremistischer Inhalte, die diese Themen zentral in den Fokus ihrer Rezipienten rücken, sowie die permanente Verfügbarkeit von Informationen und Beiträgen lassen soziale Medien einerseits zu einem Nährboden und andererseits zu einem wirksamen Katalysator von Radikalisierung werden. Dabei fungiert die vermeintliche Anonymität des digitalen Raums als zusätzlicher Verstärker, der individuelle Hemmschwellen senkt und gruppendynamische Prozesse begünstigt (Krämer/Wetchy 2023).

Guhl/Ebner/Rau (2020) beschreiben soziale Medien als

| „ein Biotop, in dem sich Rechtsextreme vernetzen, radikalisieren, inspirieren und Aktionen planen“ (Guhl/Ebner/Rau 2020: 7).

Doch nicht nur Rechtsextremisten, sondern generell Extremisten unterschiedlicher Couleur halten sich in den sozialen Medien auf, wie Jensen et al. (2018) aufzeigen. Sie analysierten Daten¹⁹ von 1867 Personen aus den USA, die sich zwischen 1948 und 2016 zu gewalttätigem oder nicht-gewalttätigem Extremismus radikalisiert haben – darunter rechtsextreme, links-extreme, islamistische sowie themenspezifisch motivierte Fälle (single-issue extremism). Mit Blick auf den Einfluss sozialer Medien zeigen sich deutliche Veränderungen im Zeitverlauf: Im Zeitraum 2005–2010 spielten soziale Medien bei 73,4 % der 184 erfassten Personen keine Rolle im Radikalisierungsprozess. Lediglich 1,6 % nutzten soziale Medien als primäres Radikalisierungsinstrument, während 25 % sie ergänzend (d. h. sekundär) einsetzten. Im Zeitraum 2011–2016 zeigt sich ein klarer Anstieg: Nur noch 26,8 % der 295 Fälle gaben keinen Bezug zu sozialen Medien an, während 56,3 % sie als primären und 16,9 % als sekundären Kanal im Radikalisierungsprozess nutzten (Jensen et al. 2018). Ein besonders auffälliges Ergebnis zeigt sich mit Blick auf die ideologischen Gruppenzugehörigkeiten: Islamistische Extremisten nutzten soziale Medien mit Abstand am häufigsten. In 67,6 % der Fälle aus dem Zeitraum 2005–2016 spielten soziale Medien eine Rolle im Radikalisierungs- oder Mobilisierungsverlauf, so hoch wie in keiner anderen Kategorie. Im Jahr 2016 waren soziale Medien bei 93,2 % der islamistischen Fälle relevant, wobei sie in 45,4 % sogar als primärer Radikalisierungskanal fungierten (Jensen et al. 2018). Islamisten nutzten sie in diesem Zeitraum vorrangig zu Ausreisezwecken, Planung von terroristischen Anschlägen und der Herstellung von Kontakt zu Gleichgesinnten (Jensen et al. 2018). Rechtsextremisten beteiligten sich vorrangig an Kommunikationen und teilten und erstellten radikale Inhalte (Jensen et al. 2018). Die Forscher verdeutlichen, dass es in Bezug auf die Nutzung von sozialen Medien

19 Die Auswertung basiert auf öffentlich zugänglichen Informationen und ist im PIRUS (Profiles of Individual Radicalization in the United States) -Datensatz dokumentiert.

und konspirative Aktivitäten besondere Auffälligkeiten gegeben hat: 118 von 226 Personen (52,22 %), die entweder eine Gewalttat ausgeübt oder geplant haben, nutzten soziale Medien während ihres Radikalisierungsprozesses und anschließend zur Mobilisierung. 79,32 % der Personen, die sich einem bewaffneten Konflikt im Ausland angeschlossen haben oder wollten, die den Sicherheitsbehörden zuvor jedoch nicht bekannt geworden sind, waren auf sozialen Medien aktiv und nutzten diese während ihrer Radikalisierung (Jensen et al. 2018).

Ein besonderes Beispiel für die Nutzung von sozialen Medien ist der IS. West (2016) bezeichnet dieses Vorgehen als Instrumentalisierung der sozialen Medien als Waffe indem sie zu einem „system of social media jihad“ werden (West 2016: 10). Die Propagandastrategie des IS zielt(e) darauf ab, möglichst viele Personen zu erreichen und diese durch multilingual zugängliches ideologisches Material zu radikalieren und für den Jihad zu mobilisieren (Weber 2023). In diesem „Cyber-Jihad“ (Atwan 2016: 27) gehen die Al-Qaida als Impulsgeber für die Nutzung des Internets als Medium der konspirativen Anschlagplanung und Vernetzung hervor. Der IS hat sich diesbezüglich erheblich weiterentwickelt. Atwan (2016) konstatiert, der IS

| „wäre ohne seinen meisterhaften Umgang mit dem Internet nie die Umsetzung seiner territorialen Ansprüche gelungen, und er hätte auch nie eine derart große Streitmacht (...) hinter sich versammeln können“ (Atwan 2016: 27),

wie er sie zwischen 2014 und 2019 befehligt hatte. Die hohen internationalen Reisedynamiken²⁰ in die IS-Gebiete sind u. a. seiner strategischen Nutzung von sozialen Medien, seiner diversen Propagandaformate sowie seinen fähigen Propagandisten zuzuschreiben.

Auch rechtsextremistische Akteure und solche, die deren Inhalte (unreflektiert) liken und teilen, sind in den sozialen Medien in großer Zahl vertreten. Dabei werden Desinformationen, alternative Nachrichten und Fake-News gestreut, rassistische, antimuslimische und antisemitische Narrative und Inhalte erstellt und verbreitet, mitunter auch mit Verschwörungsnarrativen vermengt (Guhl/Ebner/Rau 2020). Ziel dieser Strategie ist die Destabilisierung der demokratischen Grundordnung, das Vertrauen der Bevölkerung darin zu schwächen, zu polarisieren und zu emotionalisieren, aber auch Sympathisanten anzuziehen und Menschen zu radikalisieren. Dadurch entsteht ein toxisches Umfeld, in das Personen, die auf sozialen Medien aktiv sind, leicht und niedrigschwellig hineingezogen werden können. Guhl/Ebner/Rau (2020) konstatieren, dass

| „dieses toxische rechtsextreme Informations- und Kommunikationsökosystem den Boden für den rechtsextremen Terrorismus bereitet [hat], der in den letzten fünf Jahren [2015–2020] um 320% zugenommen hat“ (Guhl/Ebner/Rau 2020: 7).

In den letzten Jahren hat sich die Zahl der gemeldeten Verstöße gegen Jugendschutzbestimmungen im Internet und auf sozialen Medien deutlich erhöht:

Im Jahr 2022 wurden von Jugendschutz.net noch 7363 Verstöße bearbeitet, 2023 stieg die Zahl auf 7645 Fälle an und erhielt im Jahr 2024 mit 17 630 Fällen einen Höchststand (Jugendschutz.net 2025). Insbesondere im Bereich des politischen Extremismus stiegen die Zahlen deutlich an, sodass 2024 1245 Fälle bearbeitet wurden (2023: 852, 2022: 945), davon konnten 732 dem Rechtsextremismus und 513 Fälle dem Islamismus zugeordnet werden (Jugendschutz.net 2025). Im Jahr 2022 wurden von 557 Fällen aus dem Bereich Islamismus

20 Der IS habe Zehntausende aus über 120 Ländern zur Teilnahme am gewaltsamen Jihad mobilisiert (Galperin Donnelly/Sanderson/Fellman 2017: 1). Aus Deutschland haben sich dem IS seit 2011 über 1150 Personen angeschlossen (Bundesamt für Verfassungsschutz, o.J.).

über 90 % auf sozialen Medien festgestellt (Binzer et al. 2022). Dem Themenbereich des politischen Extremismus wurden 31 % der Verstöße in sozialen Medien zugeordnet (Jugendschutz.net 2023). Diese Entwicklung unterstreicht die zunehmende Bedeutung sozialer Medien als zentrale Verbreitungsräume extremistischer Inhalte, insbesondere auch im Hinblick auf TikTok, dass aufgrund seiner spezifischen Formate und jungen Nutzer zunehmend in den Fokus wissenschaftlicher und jugendschutzbezogener Analysen rückt.

Im Folgenden wird daher untersucht, wie rechtsextreme und islamistische Akteure TikTok für die Verbreitung ideologischer Botschaften nutzen.

3.1 Die Nutzung von TikTok durch islamistische Akteure: Analyse der Accounts und ihrer Inhalte

Die Reichweiten der Pro-IS Accounts bewegen sich zwischen 190 und über 6000 Followern. Ihre Inhalte erstrecken sich über verschiedene mediale Ausdrucksformen, dazu zählen: Anasheed (religiöse Gesänge), Propagandavideos, Loyalitätsbekundungen zum IS/ISPK, Koranzitationen (oftmals arabisch)²¹, modifizierte Videos (Verwendung von KI, Deep Fakes, Voiceover oder Face reconstruction, um z. B. Personen des öffentlichen Lebens Koran Suren rezitieren oder und zum Koran konvertieren zu lassen), Glorifizierungen von Kämpfern, Videos von realen Kampfscenen oder im Gaming-Kontext²².

Auch gibt es Aufrufe zu terroristischen Anschlägen gegen den Westen, u. a. während der Olympischen Spiele in Paris. Es kursieren Videos und Anleitungen zur Verwendung von Technologien (u. a. VPN/Tor Browser für den Zugang zum Dark-Web, Verwischung digitaler/geografischer Spuren) und Apps (u. a. Telegram), sowie weiterer Plattformen, die auf verdeckte Kommunikation abzielen und bewusst Strukturen schaffen, die Sicherheitsbehörden umgehen sollen.

Des Weiteren befinden sich auch Anleitungen zur Herstellung, dem Verstecken und Anbringen von Sprengstoffgürteln, Bomben und Giften sowie Instruktion und Durchführung von Messerattacken auf TikTok.

Auch Memes und Emojis (u. a. Eingottfinger, schwarze Flaggen, Schwerter oder Soldaten, um eine Verbindung mit dem Jihadismus oder dem IS auszudrücken) kommen zum Einsatz, um radikale Inhalte entweder direkt oder subtil zu transportieren. Durch Verlinkungen zu externen WhatsApp- und Telegram-Gruppen oder externen Websites konnten weiterführende Archive und Propagandasammlungen eingesehen werden.

Die Analyse der Follow- und Follower machte deutlich, dass der Zugang zu einer Vielzahl weiterer pro-IS-Konten einfach und niedrigschwellig möglich ist.

Direkte Interaktionen mit Followern oder Formate, die Influencer nutzen, konnten hier nicht festgestellt werden. Ziel dieser Accounts ist die Streuung von Propagandamaterialien und ideologischen Weisungen sowie Verlinkungen zu externen Seiten und Chatgruppen.

Zur Umgehung von Sperrmaßnahmen nutzten diese Akteure verschiedene Strategien, die im Rahmen der Analyse ebenfalls festgestellt werden konnten: Wird ein Account gesperrt, so

21 Zur Übersetzung der Inhalte wurde das KI-gestützte Programm Deep L und der Google Translator verwendet.

22 PC-Spiele, die durch Modifikationen (sog. Mods) entsprechend umgestaltet werden, sodass es möglich ist, der Figur das Aussehen eines IS-Kämpfers zu geben oder die Umgebung zu verändern, um Kampfsituationen im Ausland, z. B. Syrien o. a., nachzuempfinden. Aufgefunden wurden Mods für Counterstrike, Sims, Call of Duty.

wird dafür gesorgt, dass Zwillingsaccounts erstellt werden, um den Zugang zu den Inhalten weiterhin zu gewährleisten. Um einer möglichen Sperrung des Accounts entgegenzuwirken, werden u. a. verschiedene Maßnahmen und Strategien getroffen. So werden Videos, die Gewaltszenen, IS-Symbolik (Flagge des IS) enthalten, entweder unkenntlich gemacht oder zensiert, oder mit einem Hinweis auf einen sensiblen Inhalt deklariert. In den Beschreibungen der Videos werden zumeist Koranzitate in Arabisch und Hashtags (u. a. #Viral, explore, fouryou, tiktok, fyp, gaming, foryoupage, feed) verwendet, die zumeist keinen Bezug zum radikalen Inhalt aufweisen. Diese Verschleierungstechniken dienen dazu, den Algorithmus zu bedienen und eine breite Streuung zu erreichen.

Die Community der Sympathisanten und Unterstützter des IS ist im digitalen Raum groß und das Ausmaß der aktiven Accounts und Personen, die Inhalte (re)produzieren ist schwer einschätzbar, sodass eine quantitative Erfassung aktiver Accounts und verbreiteter Inhalte erhebliche Herausforderungen mit sich bringt.

Die analysierten Accounts von Sympathisanten sowie islamistischen Influencern zeichnen sich durch eine hohe inhaltliche Bandbreite aus. Zu den häufigsten Formaten zählen missionarische Videos, in denen normativ-moralische Leitlinien vermittelt werden, etwa hinsichtlich der Reinheit und Sündenfreiheit (potenzieller Ehe-)Frauen, was auf traditionelle Geschlechterrollen innerhalb der salafistisch-jihadistischen Ideologie verweist.

Ebenso finden sich Nasheed-Videos sowie audiovisuelle Beiträge des ehemaligen deutschen IS-Kämpfers Denis Cuspert (Deso Dogg²³), die entweder in ihrer Originalform erneut oder in bearbeiteten, Remix-Varianten publiziert werden.

Darüber hinaus werden ideologisch aufgeladene Inhalte verbreitet, die häufig mit Koranzitaten unterlegt sind und eine klare moralisch-religiöse Ausrichtung aufweisen. Die internationale Ausrichtung der Inhalte zeigt sich unter anderem in Verweisen auf die muslimische Gemeinschaft in Afrika, insbesondere in der Sahelzone. In diesem Kontext werden verstärkt Kampf- und Propagandavideos geteilt, die den gewaltsamen Jihad in dieser Region glorifizieren und zur Unterstützung aufrufen.

Die Influencer stellen ihre Rolle als Ratgeber, Anweiser und charismatische Führungsperson sowie die Verbreitung einer religiös-fundamentalistischen Weltanschauung in den Vordergrund. Religiöse Inhalte werden dabei niedrigschwellig, alltagsnah und in populären medialen Formaten vermittelt, was insbesondere für jüngere Rezipienten den Zugang erleichtert. Dabei fungieren sie oftmals in der Rolle eines religiösen Lehrers, der den Islam erklärt und Orientierung bietet. Allerdings bleibt dabei vielfach verborgen, dass es sich um eine radikale, fundamentalistische Interpretation der islamischen Glaubenslehre handelt. Diese ideologische Ausrichtung ist für Außenstehende nur schwer zu erkennen, was das Potenzial für eine schleichende ideologische Einflussnahme deutlich erhöht.

Bemerkenswert ist, dass auch digitale Formate zur Durchführung von Online-Konversionen genutzt werden. In diesen Formaten werden Zuschauer live zugeschaltet, die im Rahmen der Übertragung öffentlich zum Islam konvertieren. Dabei schildern sie häufig eindrücklich subjektive Erweckungs- oder Katharsiserfahrungen²⁴, die sie im Zuge oder infolge ihrer Konversion gemacht haben. Diese emotional aufgeladenen Berichte dienen nicht

23 Denis Cuspert ist während einer Kampfhandlung in Syrien im Jahr 2018 verstorben. Er war einer der einflussreichsten Propagandisten der deutschsprachigen Jihadisten-Szene und des IS (Weber 2023).

24 Damit ist ein Reinigungs- oder Läuterungsprozess gemeint, der durch die Konversion einsetzt.

nur der Veranschaulichung individueller Glaubensbiografien, sondern fungieren zugleich als Instrumente zur Sinnstiftung und Legitimation religiöser Neuorientierung im digitalen Raum.

Ergänzend zu religiös aufgeladenen Inhalten lassen sich im Rahmen der Analyse nur vereinzelt antisemitische und antiisraelische Narrative identifizieren, was auf den kleinen Datenpool der Analyse zurückzuführen ist. Die aufgefundenen Narrative greifen aber auf konspirative Deutungsmuster zurück. So wird unter anderem verbreitet, TikTok sei ein jüdisches Unternehmen. Solche Aussagen dienen der Reproduktion klassischer antisemitischer Stereotype und der Externalisierung von Feindbildern, die gezielt auf Delegitimierung und Mobilisierung abzielen.

Im Vergleich zur Studie von Weber (2023) sowie Weber/Hamachers (2020) zeigt sich, dass soziale Medien stärker in den Fokus, insbesondere als Radikalisierungsmedium, gerückt sind: Die Bandbreite der radikalen Inhalte ist weitaus diverser und kreativer geworden. Von den sozialen Medien wurden im Zeitraum 2014–2017 YouTube und Facebook (Privatnachrichten, Kanäle mit Verlinkungen zu WhatsApp/Telegram) verwendet. WhatsApp und Telegram wurden vermehrt wegen der Möglichkeit der Ende-zu-Ende-Verschlüsselung, geheimer und sich selbst zerstörender Chats genutzt. Ergebnis der oben genannten Studien ist gewesen, dass der offline Kontakt zu Gleichgesinnten und vor allem zu radikal salafistisch-jihadistischen Predigern relevanter für die Radikalisierung gewesen ist als Online-Kontakte.

Auch radikalisierte sich der Großteil der untersuchten Personen in einem Alter von 17–25 Jahren. Eine Radikalisierung unter 17 Jahren hat nur sehr selten stattgefunden (Weber 2023). Das Voranschreiten der Technologien, der Einsatz von algorithmischen Empfehlungssystemen und der permanente Zugang zu sozialen Medien hat sich insbesondere durch TikTok und seine Popularität verändert und hat Einfluss auf Radikalisierungsprozesse und ihre Dauer genommen (Krämer/Wetchy 2023; Neumann 2024).

Nächstfolgend soll auf die Inhalte der analysierten Accounts und Videos aus dem rechtsextremistischen Spektrum und die Ergebnisse der Analyse eingegangen werden.

3.2 Die Nutzung von TikTok durch rechtsextremistische Akteure: Analyse der Accounts und ihrer Inhalte

Auf TikTok finden sich zahlreiche rechtsextremistisch orientierte Influencer, deren genaue Anzahl aufgrund der dynamischen Plattformstruktur und verschleierter Nutzeridentitäten schwer quantifizierbar ist. Die analysierten Influencer verzeichnen Followerzahlen im oberen vier- bis hin zum fünfstelligen Bereich. Angesichts dieser breiten Reichweite ist es wenig verwunderlich, dass sich in den Kommentaren, Inhalten und Symboliken sowie der Namen ihrer Followern vielfach subtile Bekundungen politischer Gesinnung erkennen lassen. So können etwa Emojis wie das blaue Herz (Anlehnung an die Farben der AfD), die Deutschlandflagge oder der Adler sowie die Verwendung von Frakturschrift als visuelle Marker einer rechten bis rechtsextremen politischen Orientierung gelesen werden. Solche Symboliken fungieren dabei als niedrighschwellige Codes zur Herstellung ideologischer Anschlussfähigkeit, aber auch der Erhöhung des Zugehörigkeitsgefühls innerhalb der jeweiligen Community.

Die untersuchten Akteure greifen in ihren Beiträgen ein breites Themenspektrum auf, wobei sich in der Themenwahl zum Teil geschlechtsspezifische Unterschiede (insbesondere auf Weiblichkeits- und Männlichkeitsvorstellungen oder Rollenmuster) feststellen lassen. Die

Inhalte rechtsextremer Accounts orientieren sich sowohl an aktuellen gesellschaftlichen Debatten und medialen Diskursen als auch an selbst gesetzten ideologischen Schwerpunkten (u. a. Anti-Linkseinstellungen, Ablehnung von LGBTIQIA+ und des Non-binären Genders²⁵). Häufig werden tagesaktuelle Ereignisse aufgegriffen, etwa Berichte über Gewaltdelikte unter Verwendung von Kraftfahrzeugen oder Messern (u. a. Mannheim), um diese in eine migrationsfeindliche Erzählung einzubetten, zumeist auch mit explizierter Herkunftsnennung. Dabei werden Menschen mit Migrationshintergrund systematisch als sicherheitspolitische Bedrohung oder als Gefährdung für die deutsche Mehrheitsgesellschaft dargestellt. Die Videos zeichnen sich durch eine gezielte emotionale Aufladung aus, mit dem Ziel, Feindbilder zu verfestigen, Vorurteile und gruppenbezogene Menschenfeindlichkeit zu fördern und Affekte wie Angst, Wut oder Empörung zu mobilisieren.

Der Einsatz von Emotionen und das Überspitzen von Inhalten sind eine gängige Strategie von Extremisten, um Personen einerseits zu mobilisieren, an ihren Gerechtigkeitsinn zu appellieren, um schließlich selbst tätig zu werden und andererseits eine Verbindung zu ihren Rezipienten herzustellen (Marcks/Pawelz 2020). Dadurch soll einerseits eine Mobilisierung auf der Straße (z. B. Demonstrationen) angeregt, andererseits aber auch ein generalisiertes Misstrauen gegenüber migrantischen Bevölkerungsgruppen etabliert werden. Dabei geht es um die

| „Inszenierung von Intergruppenkonflikten, welche dichotomes Schubladendenken fördern“ (Rothut/Harff/Puschmann 2024: 12).

Zugleich geht es auch darum, die eigene Ingroup (Gleichgesinnte/Deutsche) zu stärken und die Outgroup (Migranten/Feinde) zu schwächen (Ruthut/Harff/Puschmann 2024).

Darüber hinaus richten sich viele Beiträge gegen eine vermeintlich gleichgültige Mehrheitsgesellschaft, der mangelnde Gegenwehr gegen gesellschaftliche ‚Zustände‘ (u. a. gefährliche Migranten) unterstellt wird. Diese Narrative fungieren als Appell an Gleichgesinnte, aktiv zu werden, sei es durch digitale Beteiligung, politische Positionierung oder reale Handlungen im Sinne rechtsextremistischer Ideologien.

Auch Fragen nationaler Identität und Zugehörigkeit werden in den analysierten Videos aufgegriffen. Im Fokus steht dabei insbesondere die Konstruktion eines positiven Bezugs auf ‚Deutschsein‘, der mit Forderungen nach mehr gesellschaftlicher Akzeptanz für Nationalstolz und Patriotismus einhergeht. In den Narrativen wird argumentiert, dass in Ländern wie den USA ein offener Patriotismus gesellschaftlich anerkannt ist, während vergleichbare Ausdrucksformen in Deutschland stigmatisiert und mit einem negativen historischen Erbe belegt würden, wobei das historische Erbe als fraglich dargestellt wird. In dieser Logik inszenieren sich die Akteure als marginalisierte Gruppe, für die die öffentliche Bekundung nationaler Identität als normabweichend oder gar ‚kriminalisiert‘ (z. B. #Patriotismusistkeinverbrechen) empfunden werde, bis hin zur rhetorischen Zuspitzung, dass sich ‚Deutschsein wie eine Straftat anfühle‘.

Besonders das Hashtag #Stolzmonat (Gegenentwurf zum Pride Month) wird wiederholt aufgegriffen, um eine ablehnende Haltung gegenüber LGBTIQIA+-Personen sowie deren gesellschaftlicher Sichtbarkeit zu markieren. Dabei fungiert es als Symbol nationaler Selbstvergewisserung und wird zur Inszenierung von Nationalstolz und Patriotismus verwendet. Auffällig ist, dass sich die hier analysierten Influencer selbst in der Rolle der Gegenmacht inszenieren und auch ihre rechte Orientierung offen zur Schau stellen – in Form von

25 Als Non-binär werden Menschen verstanden, die sich weder als weiblich noch als männlich identifizieren.

Äußerungen, Videotiteln und Hashtags, wie *„Dann bin ich halt rechts“*. Diese offenen Bekundungen zur eigenen politischen Orientierung verdeutlichen einmal mehr die Versuche dieser Akteure politisch rechte und rechtsextreme Meinungen zu normalisieren und als gesellschaftlich akzeptiert darzustellen und die „Grenzen des Sagbaren“ (Müller 2022: 94) in diese Richtung zu verschieben (Struck et al. 2020).

Zudem inszenieren sie sich als ‚echte Männer‘, die einen vermeintlichen Widerstands gegen ein als unterdrückend empfundenes System führen. In dieser Selbstdarstellung wird Patriotismus als legitimer Grund für eine kämpferische Haltung angeführt, wobei die Akteure sich als diejenigen präsentieren, die das vermeintliche ‚Schweigen‘ brechen und ‚die Wahrheit‘ ans Licht bringen. Zugleich werden starke Feindbilder gegen die Regierung transportiert, in denen staatliche Institutionen und demokratische Akteure (insbesondere die derzeitige Regierung) in abwertender Weise adressiert werden. Besonders problematisch ist die Verwendung historisch belasteter Schlagworte und Kampfrhetoriken (u. a. Alles für Deutschland), die auf Parolen aus der Zeit des Nationalsozialismus rekurrieren. Zudem wird gezielt ein kollektives Gemeinschaftsgefühl innerhalb der jeweiligen Community mobilisiert, das zur Geschlossenheit und zum gemeinsamen Widerstand gegen die Feinde aufruft.

Zudem treten in den analysierten Videos verstärkt bestimmte Männlichkeitsentwürfe und -Vorstellungen in den Vordergrund. Männliche Akteure inszenieren sich häufig als Widerstandskämpfer, Patrioten oder als natürliche Führungspersönlichkeiten. Diese Selbstbilder werden durch die Nutzung spezifischer Hashtags (u. a. #echtemännersindrechts) unterstrichen und in ein ideologisch aufgeladenes Narrativ hegemonialer Männlichkeit eingebettet.

Auch im Kontext der Bundestagswahl 2025 lassen sich in den analysierten Videos deutlich rechtsextremistisch geprägte Einstellungen identifizieren. Politiker sowie Personen des öffentlichen Lebens werden gezielt verunglimpft, verspottet und mithilfe von Karikaturen und Memes der Lächerlichkeit preisgegeben, um deren gesellschaftliche Legitimität und Autorität zu untergraben. Durch den Einsatz humoristischer und sarkastischer Elemente, z. B. in Form von Memes oder der Darstellung prominenter Akteure aus der Politik als Babys, werden extremistische Inhalte verharmlost. Diese ironisierte Darstellung dient nicht nur der Unterhaltung, sondern verschleiert den ideologischen Gehalt der Botschaften und erhöht gleichzeitig seine Anschlussfähigkeit, insbesondere für jüngere Zielgruppen sowie die Streuung der Inhalte durch Teilungen (Rothut/Harff/Puschmann 2024).

Besonders hervorzuheben ist, dass in den analysierten Videos neben offen artikulierten rechtsextremen Positionen auch subtil codierte Inhalte auftreten. Diese zeigen sich beispielsweise in Form von Symboliken (u. a. 1161: Anti-Antifa, d. H. Kampf gegen politische Gegner (Bundeszentrale für politische Bildung o. J.)) und visuellen Anspielungen oder auch umgedeutete Begriffe (u. a. Antifanten²⁶, linksverschworbelte Regierung), die auf den ersten Blick unauffällig erscheinen, jedoch innerhalb rechtsextremer Online-Communities klar dechiffrierbar sind und dort identitätsstiftende Funktionen übernehmen.

Darüber hinaus kursieren auch Musikvideos (u. a. LipSynch-Clips²⁷), in denen politische Inhalte aufgegriffen werden, um Stimmung gegen die Demokratie und die amtierende Bundesregierung zu erzeugen. In diesem Zusammenhang wird beispielsweise Friedrich Merz als sogenannter ‚Kanzler zweiter Wahl‘ diffamiert, wodurch die Legitimation demokratischer Entscheidungsprozesse gezielt in Frage gestellt wird.

26 Steht für Antifaschisten.

27 LipSynch-Clips beschreiben Musikvideos, in denen Personen die Lippen bewegen, ohne mitzusingen.

In Formaten wie Beauty- und Lifestyle-Videos (u. a. Make-up-Tutorials, Get Ready With Me-Clips²⁸, Kochvideos) inszenieren sich sogenannte ‚Tradwives‘ (Traditional Wives²⁹) auf TikTok als Repräsentantinnen eines konservativ-traditionalistischen Rollenverständnisses. Sie berichten dort über ihren Alltag als Hausfrau und Mutter, über Aspekte der Kindererziehung und häuslichen Lebensführung, beziehen aber auch Stellung zu gesellschaftspolitischen Themen wie etwa der Bundestagswahl 2025 in Deutschland. Weiblichkeit wird in diesen Darstellungen im Spannungsfeld von tradierten Geschlechterrollen und gegenwärtigen Emanzipationsdiskursen ausgehandelt. Die Reproduktion konservativer Leitbilder von Familie und Geschlecht wird dabei nicht selten als selbstbestimmte Lebensentscheidung und somit als Form weiblicher Emanzipation gerahmt und offen benannt. Mit Blick auf die Inhalte zeigt sich, dass eine Rückkehr zu traditionellen Rollenmustern (Hausfrau, Kindererziehung, Mann: Alleinversorger, Patriarch) als erstrebenswert proklamiert wird. Auffällig ist in den Lifestyle- und Beautyvideos, die etwa Sequenzen zum Kochen, Nähen oder zur häuslichen Organisation enthalten, dass diese nicht nur der Selbstdarstellung dienen, sondern auch als Vehikel für die Verbreitung ideologischer Inhalte. Während die dargestellten Handlungen zunächst alltagsnah und unpolitisch erscheinen, werden sie häufig mit narrativen Einschüben kombiniert, in denen z. B. schulischer Sexualkundeunterricht kritisch bis verschwörungs-ideologisch angegriffen wird. Dabei wird suggeriert, dass diese Bildungsinhalte zur Frühsexualisierung von Kindern führten oder Unsicherheit hinsichtlich geschlechtlicher Zugehörigkeit und Identität hervorriefen. In solchen Darstellungen wird insbesondere die Vermittlung nicht-binärer Geschlechtsidentitäten als Ausdruck einer vermeintlich ‚linken‘ Ideologie diffamiert, der unterstellt wird, sie trage zur Destabilisierung traditioneller Geschlechterrollen bei. Non-binäre Identitäten erscheinen in diesem Kontext nicht als legitime Ausdrucksformen individueller Selbstverortung, sondern werden als ideologisch motivierte Trendphänomene dargestellt, die gezielt durch das Bildungssystem befördert würden.

Auch antisemitische und antiisraelische Einstellungen werden in den analysierten Videos in stark emotionalisierter Weise vermittelt und häufig mit Desinformation und Verschwörungsnarrativen kombiniert. Im Zentrum der Inhalte stehen Narrative, die dem israelischen Staat den gezielten Einsatz vermeintlich perfider Kriegstechnologien, insbesondere Drohnen, zuschreiben, mit dem Ziel, die palästinensische Zivilbevölkerung systematisch zu eliminieren. Diese Darstellungen bedienen sich einer drastischen Bildsprache und appellieren gezielt an Emotionen, um Affekte wie Empörung und Hass zu mobilisieren. In mehreren Fällen wird zudem der deutschen Bundesregierung unterstellt, terroristische Handlungen (in)direkt zu finanzieren, indem sie, über Steuern, angeblich israelische Militäraktionen mittragen. Besonders häufig werden dabei schwerwiegende Vorwürfe erhoben, etwa über mutmaßliche Gewaltverbrechen an Kindern und anderen Zivilpersonen, die als gezielte Gräueltaten Israels dargestellt und in den Videos durch eine affektgeladene Dramaturgie verstärkt werden.

28 Dabei handelt es sich um Lifestyle-Videos, in der sich Personen zumeist für den Tag fertigmachen, diese Videos können Beautyroutinen, Kleidungswahl, Make-Up sowie der Alltag als Mutter (Kochen, Kindererziehung) und Ehefrau enthalten.

29 Sie vertreten ein traditionelles Rollenbild der Hausfrau und Mutter.

4. Fazit und Ausblick

Die vergleichende Analyse islamistischer und rechtsextremer TikTok-Accounts zeigt, dass sich trotz unterschiedlicher ideologischer Grundlagen ähnliche Kommunikationsstrategien beobachten lassen. Insbesondere die affektive Ansprache, die Simulation von Nahbarkeit sowie die gezielte Emotionalisierung komplexer Themen bilden ein gemeinsames Muster beider Spektren. Diese Befunde knüpfen an frühere Ergebnisse aus X-Sonar sowie Weber (2023) an: Dort wurde die zentrale Rolle charismatischer Prediger für Radikalisierungsprozesse hervorgehoben. Während diese in den untersuchten Gerichtsakten primär in einem analogen Umfeld wirksam wurden, zeigt sich in den TikTok-Analysen, dass heute vergleichbare Funktionen von Influencern übernommen werden, die über digitale Formate eine emotionale Bindung zu ihren Followern aufbauen. Die Mentorenrolle bleibt bedeutsam, wird jedoch zunehmend in ein digitales Setting übertragen. Dieses zeigt sich sowohl durch die Quantität der Inhalte als auch die Nutzung verschiedener Formate, wie Frage-und-Antwort-Sessions (Q&A³⁰), Liveübertragungen und Diskussionsrunden sowie durch das direkte Reagieren und Antworten auf Kommentare. So vermitteln Influencer eine vermeintliche Nahbarkeit und Authentizität gegenüber ihren Followern (Rothut/Harff/Puschmann 2024; Shehzala et al. 2024; Weber 2023). Wird diese digitale Beziehung weiter intensiviert, etwa durch eine Überführung in den analogen Raum, z. B. durch den Besuch einer Predigt eines salafistisch-jihadistischen Predigers, kann der Einfluss auf die betreffende Person erheblich verstärkt werden. Die Untersuchung von Weber (2023) liefert in diesem Zusammenhang wichtige Einblicke in unterschiedliche Radikalisierungs- und Rekrutierungsstrategien innerhalb des salafistisch-jihadistischen Spektrums. Die Simulation von Freundschaftsbeziehungen oder die Inszenierung radikaler Akteure als autoritative Mentoren können Radikalisierungsprozesse deutlich beschleunigen, insbesondere wenn es zu persönlichen Begegnungen kommt. Gleichwohl lässt sich feststellen, dass vergleichbare Dynamiken auch in sozialen Medien wirksam sind und dort erfolgreich zur Anbahnung und Festigung extremistischer Bindungen beitragen können.

Auch die Emotionalisierung ist weiterhin zentral, erfolgt aber heute stärker über jugendkulturelle Ästhetiken, Memes und Kurzvideos. Auch die ideologische Vermittlung folgt einer ähnlichen Logik: Komplexe Weltbilder werden reduziert und in einfache, emotional aufgeladene Botschaften transformiert. Diese Inhalte können Orientierung versprechen und scheinbar eindeutige Antworten auf mehrdeutige oder als bedrohlich empfundene gesellschaftliche Entwicklungen bieten. Dadurch fungieren sie nicht nur als Ideologievermittlung, sondern auch als identitätsstiftende Angebote in einer als unsicher erlebten Welt (u. a. Weber 2023; Lehmann/Schröder 2021; Frankenberger et al. 2018).

Es zeigt sich generell eine wachsende Anschlussfähigkeit beider Milieus an antisemitische Narrative, insbesondere im Kontext der Ereignisse vom 7. Oktober 2023. Diese dienen nicht nur der Radikalisierung, sondern auch als ideologische Brücke zwischen vormals getrennten extremistischen Szenen.

30 Q&A sind Formate, in denen die User unter Videos oder bei Live ihre Fragen entweder direkt oder in die Kommentare stellen können. Auf diese Fragen wird durch die Influencer entweder zeitnah oder in einem neuen Video eingegangen. Es gibt auch die Möglichkeit live dazugeschaltet zu werden und seine Frage in einem öffentlichen Videochat stellen zu können. Die andere Möglichkeit ist, durch eine Spende, sich den Videochat mit dem Influencer zu erkaufen.

Die ästhetische oder jugendkulturelle Gestaltung der Inhalte, wie humoristische Darstellungen oder religiös konnotierte Symbolik, kann zusätzlich zur Normalisierung extremistischer Positionen beitragen.

Die Fokussierung auf Straftaten sowie die pauschale Stigmatisierung migrantischer und migrantisch gelesener Personen als kriminell oder bedrohlich in den sozialen Medien kann auf mehreren Ebenen problematische Dynamiken erzeugen: Zum einen kann diese Darstellung das von der salafistisch-jihadistischen Szene häufig genutzte Opfernarrativ (Muslime werden diskriminiert) bestärken und als ideologische Anschlussstelle wirken. Solche Narrative können die Konstruktion von Feindbildern begünstigen und Radikalisierungsprozesse fördern. Zum anderen belegen Daten aus dem Bereich der Hasskriminalität und der politisch motivierten Kriminalität, dass Straftaten gegen Migranten und migrantisch gelesene Personen in den letzten Jahren deutlich zugenommen haben (Schacht 2025). Rechtsextreme Narrative leisten somit nicht nur einen Beitrag zur gesellschaftlichen Ausgrenzung und Viktimisierung dieser Gruppen, sondern können indirekt auch Radikalisierungstendenzen innerhalb anderer extremistischer Milieus verstärken. Vor diesem Hintergrund lassen sich Angleichungseffekte zwischen rechtsextremen und salafistisch-jihadistischen Spektren identifizieren. Es ist für die zukünftige Forschung jedoch anzuraten, einen größeren Datenpool zu verwenden, um diese noch weiter herausstellen zu können.

Radikalisierung auf sozialen Medien verläuft nicht eindimensional, sondern sollte als dynamischer, milieutranszendenter Prozess verstanden werden, der ideologische Überlappungen zulässt und über die gezielte Ansprache junger Zielgruppen neue Resonanzräume erschließt. Eine wirksame Präventionsarbeit sollte diesen Entwicklungen Rechnung tragen, indem sie nicht nur ideologische Inhalte adressiert, sondern auch emotionale Anknüpfungspunkte und digitale Inszenierungsformen berücksichtigt.

Damit ergänzen die vorliegenden Befunde die bisherigen Studien: Während X-Sonar und Weber (2023) den Blick auf klassische Kommunikationsformen und persönliche Kontakte richteten, zeigt die Analyse von TikTok, dass soziale Medien zunehmend zum zentralen Raum extremistischer Ansprache geworden sind, insbesondere um diverse ideologische Inhalte in popkulturell anschlussfähiger Form zu verbreiten und neue Unterstützer rekrutieren zu können. Diese Entwicklung kann einerseits auf eine Transformation, bei der sich traditionelle Radikalisierungsstrategien in neue mediale Umgebungen übertragen und dort weiterentwickeln, verweisen. Andererseits unterstreicht sie die Notwendigkeit einer vertieften wissenschaftlichen Auseinandersetzung mit den Dynamiken extremistischer Online-Kommunikation, insbesondere in visuell geprägten, schnelllebigen Umgebungen wie den sozialen Medien.

Literaturverzeichnis

- Atwan, Abel Bari (2016). Das digitale Kalifat. Die geheime Macht des Islamischen Staates (aktualisierte Ausgabe für den deutschen Markt). München: C.H. Beck. <https://doi.org/10.17104/9783406697289>.
- Binzer, Isabel; Herbeisen, Michael; Heil, Franziska; Hoffman, Ingrid; Ipsen, Flemming & Zywiets, Bernd (2022). 2021 2022 Bericht. Islamismus im Netz. Jugendschutz.net Online verfügbar unter:

- https://www.jugendschutz.net/fileadmin/daten/publikationen/lageberichte/bericht_2021_2022_islamismus_im_netz.pdf. Zugriff am: 13.06.2025.
- Bitkom Research. (2024). Kinder- und Jugendstudie 2024. <https://bitkom-research.de/kinder-und-jugendstudie-2024> Zugriff am: 14.06.2025.
- Bundesamt für Verfassungsschutz (o. J.). Islamismus und islamistischer Terrorismus. Zahlen und Fakten. Online verfügbar unter: https://www.verfassungsschutz.de/DE/themen/islamismus-und-islamistischer-terrorismus/zahlen-und-fakten/zahlen-und-fakten_node.html#doc678982bodyText4. Zugriff am: 10.06.2025.
- Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend (2024). 17. Kinder- und Jugendbericht. Bericht über die Lage junger Menschen und die Bestrebungen und Leistungen der Kinder- und Jugendhilfe. Online verfügbar unter: <https://www.bmbfsfj.bund.de/bmbfsfj/service/publikationen/17-kinder-und-jugendbericht-244628>. Zugriff am: 14.09.2025.
- Bundeszentrale für politische Bildung (o. J.). Glossar. Anti-Antifa. Online verfügbar unter: <https://www.bpb.de/themen/rechtsextremismus/dossier-rechtsextremismus/500760/anti-antifa/>. Zugriff: 18.09.2025.
- Cinelli, Matte; Morales, Gianmarco, D.F.; Galeazzi, Alessandro; Quattrociocchi, Walter & Starnini, Michele (2021). The echo chamber effect on social media. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 118(9), S. 1–8. <https://doi.org/10.1073/pnas.2023301118>.
- Chowdhury Fink, Naureen & Barclay, Jack (2013). Mastering the Narrative: Counterterrorism Strategic Communication and the United Nations. Center on Global Counterterrorism Cooperation. Online verfügbar unter: <https://globalcenter.org/resource/mastering-the-narrative-counterterrorism-strategic-communication-and-the-united-nations/>. Zugriff am 13.06.2025.
- Comerford, Milo; Ayad, Moustafa & Guhl, Jakob (2021). Generation Z & Das salafistische Online-Ökosystem: Executive Summary. Institute for Strategic Dialogue. Online verfügbar unter: <https://www.isdglobal.org/isd-publications/generation-z-das-salafistische-online-okosystem-executive-summary/>. Zugriff am: 17.06.2025.
- Corman, Steven R. (2011). Understanding the Role of Narrative in Extremist Strategic Communication. In: Fenstermacher, Laurie & Leventhal, Thomas (Hrsg.), *Countering Violent Extremism. Scientific Methods and Strategies*. Washington: NSI Inc., S. 36–44.
- Cornish, Paul; Lindley-French, Julian & Yorke, Claire (2012). Strategic communications and national strategy. London: Chatham House. Online verfügbar unter: https://globalcenter.org/wp-content/uploads/Feb2013_CT_StratComm-1.pdf. Zugriff am: 13.06.2025.
- Flaxman, Seth; Goel, Shree & Rao, Justin, M. (2016). Filter bubbles, Echo chambers, and Online News consumption. *Public Opinion Quarterly*. 80, Special Issue, S. 298–320. <http://doi.org/10.1093/poq/nfw006>.
- Franke, Lara & Hajok, Daniel (2023). TikTok und Rechtsextremismus. Neue Formen der Propaganda auf einer kund- und jugendaffinen Plattform. Bundeszentrale für politische Bildung. Online verfügbar unter: <https://www.bpb.de/themen/rechtsextremismus/dossier-rechtsextremismus/541511/tiktok-und-rechtsextremismus/>. Zugriff am 20.06.2025.
- Frankenberger, Patrick; Hofmann, Ingrid; Ipsen, Flemming & Zarabian, Nava (2018). 2017 Bericht. Islamismus im Netz. Jugendschutz.net. Online verfügbar unter: https://www.jugendschutz.net/fileadmin/download/pdf/Bericht_2017_Islamismus_im_Internet.pdf. Zugriff am: 30.05.2025.
- Galeazzi, Alessandro; Paudel, Pujan; Conti, Marco, De Cristofaro, Emiliano & Stringhini, Gianluca (2025). Revealing the secret power: how algorithms can influence content visibility on social media. *arXiv preprint, arXiv:2410.17390v2*, 24 April. Online verfügbar unter: <https://arxiv.org/abs/2410.17390>. Zugriff am: 15.09.2025.
- Galperin Donnelly, Maria; Sanderson, Thomas M. & Fellmann, Zack (2017). Foreign Fighters in History. Centre for Strategic & International Studies. Online verfügbar unter: http://foreignfighters.csis.org/history_foreign_fighter_project.pdf. Zugriff am: 20.05.2025.
- Glaser, Barney. G. & Strauss, Anselm. L. (1967): *The discovery of grounded theory*. Chicago: Aldine.

- Guhl, Jacob; Ebner, Julia & Rau, Jan (2020). Das Online-Ökosystem rechtsextremer Akteure. Institut for Strategic Dialog. Online verfügbar unter: <https://www.isdglobal.org/wp-content/uploads/2020/03/ISD-The-Online-Ecosystem-of-the-German-Far-Right-German.pdf>.
- Hamachers, Anika; Weber, Kristin & Jarolimek, Stefan (2020). Extremistische Dynamiken im Social Web. Befunde zu digitalen Katalysatoren politisch und religiös motivierter Gewalt. Frankfurt: Verlag für Polizeiwissenschaft.
- Harff, D., & Schmuck, D. (2024). Is authenticity key? Mobilization by social media influencers versus celebrities and young people's political participation. *Psychology & Marketing*, 41(11), 2757–2771. <https://doi.org/10.1002/mar.22082>.
- Hartmann, David; Wang, Sonja M.; Pohlmann, Lena P. & Berendt, Bettina (2025). A systematic review of echo chamber research: Comparative analysis of conceptualizations, operationalizations, and varying outcomes. arXiv preprint arXiv:2407.06631. Online verfügbar unter: <https://arxiv.org/abs/2407.06631>. Zugriff am: 15.09.2025.
- Hugger, Kai-Uwe (2014). Digitale Jugendkultur. Von der Homogenisierungsperspektive zur Anerkennung des Partikularen. In Hugger, Kai-Uwe (Hrsg.). (2014). *Digitale Jugendkulturen*. 2. Auflage. Wiesbaden: Springer VS. S. 11–28.
- Jensen, Michael; Patrick, James; LaFree, Gary; Safer-Lichtenstein, Aaron & Yates, Elizabeth (2018). The Use of Social Media by United States Extremists. START, College Park. Online verfügbar unter: <https://www.start.umd.edu/publication/use-social-media-united-states-extremists>. Zugriff am: 15.06.2025.
- Jugendschutz.net (2025). 2024 Bericht. Jugendschutz im Internet. Risiken und Handlungsbedarf. Online verfügbar unter: https://www.jugendschutz.net/fileadmin/daten/publikationen/jahresberichte/jahresbericht_2024.pdf. Zugriff am: 15.06.2025.
- Jugendschutz.net (2023). 2022 Bericht. Jugendschutz im Internet. Risiken und Handlungsbedarf. Online verfügbar unter: https://www.jugendschutz.net/fileadmin/daten/publikationen/jahresberichte/jahresbericht_2022.pdf. Zugriff am: 15.06.2025.
- Krämer, Meike & Wetchy, Margareta (2023). Violence Prevention Network (Hrsg.). Die unsichtbaren Schwestern. Akteurinnen auf TikTok und Instagram im Spektrum Extremismus, Salafismus, Islamismus und Aktivismus. VPN Schriftreihe, Heft 11.
- Lehmann, Lena & Schröder, Carl Phillip (2021). Dynamiken der Online-radikalisierung von Jugendlichen. In Bundeszentrale für Kinder- und Jugendmedienschutz (Hrsg.). BzKJ Aktuell, 2/2024. Online verfügbar unter: <https://www.bzkg.de/resource/blob/181742/ce3648cc9f191fc75c2f302318e9440c/20212-dynamiken-bei-der-online-radikalisierung-von-jugendlichen-data.pdf>. Zugriff am: 15.06.2025.
- Marcks, Holger & Pawelz, Janina (2020). From Myths of Victimhood to Fantasies of Violence: How Far-Right Narratives of Imperilment Work. *Terrorism and Political Violence*, 34(7), 1415–1432. <https://doi.org/10.1080/09546553.2020.1788544>.
- Mattheis, Ashley; Gartenstein-Ross, Daveed; Koduvayur, Varsha & Wilson, Cody (2023). Blind Sided: A Reconceptualization of the Role of Emerging Technologies in Shaping Information Operations in the Gray Zone. Arlington, VA: Irregular Warfare Center. Online verfügbar unter: https://irregularwarfarecenter.org/wp-content/uploads/03142023_Blind_Sided_FINAL.pdf. Zugriff am: 15.09.2025.
- Mayring, Phillip (2015): *Qualitative Inhaltsanalyse: Grundlagen und Techniken* (12., überarbeitete Aufl.). Weinheim: Beltz Verlag.
- Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest (2024). JIM-Studie 2024. Jugend, Informationen, Medien. Basisuntersuchung zum Medienumgang 12-bis 19-jähriger. Online verfügbar unter: <https://mpfs.de/studie/jim-studie-2024/>. Zugriff am: 20.05.2025.
- Metzler, Hannah & Garcia, David (2024). Social Drivers and Algorithmic Mechanism on Digital Media. *Perspectives on Psychological Science*. 19 (5). S. 735–748. <https://doi.org/10.1177/17456916231185057>.

- Milli, Smitha; Carroll, Micah; Wang, Yike; Pandey, Sashrika; Zhao, Sebastian & Dragan, Anca D. (2024). Engagement, user satisfaction, and the amplification of divisive content on social media. arXiv preprint arXiv:2305.16941. Online verfügbar unter: <https://arxiv.org/abs/2305.16941>. Zugriff am: 15.09.2025.
- Munger, Kevin (2020). Theorizing TikTok. Substack Newsletter. Online verfügbar unter: <https://kevinmunger.substack.com/p/theorizing-tiktok>. Zugriff am: 15.09.2025.
- Müller, Pia (2022). Extrem rechte Influencer*innen auf Telegram: Normalisierungsstrategien in der Corona-Pandemie. In ZRex – Zeitschrift für Rechtsextremismusforschung. Vol. 2 (1). 2. JG. S. 91–109.
- Neumann, Peter (2024). Die Rückkehr des Terrors: Wie uns der Dschihadismus herausfordert. Berlin: Rowohlt.
- Newman, Nic; Fletcher, Richard; Eddy, Kirsten; Robertson, Craig T. & Nielsen, Rasmus Kleis (2023). Reuters Institute Digital News Report 2023. 12th edition. Reuters Institute for the Study of Journalism. Online verfügbar unter: https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2023-06/Digital_News_Report_2023.pdf. Zugriff am: 14.06.2025.
- Rothut, Sophia; Harff, Darian & Puschmann, Cornelius (2024). Rechtsextreme narrative und Social-Media-Influencende. In Bundeszentrale für Kinder- und Jugendmedienschutz (Hrsg.). BzKJ Aktuell, 2/2024. Online verfügbar unter: <https://www.bzkg.de/bzkg/service/publikationen/bzkg-aktuell/rechtsextreme-narrative-und-social-media-influencende-240382>. Zugriff am: 12.06.2025.
- Sageman, Marc (2008). Leaderless Jihad: Terror networks in the twenty-first century. Philadelphia: University of Pennsylvania Press. <https://doi.org/10.9783/9780812206784>.
- Schnabel, Deborah & Berendsen, Eva (2024). Die TikTok-Intifada – Der 7. Oktober und die Folgen im Netz. Ein Report der Bildungsstätte Anne Frank. In Bundeszentrale für Kinder- und Jugendmedienschutz (Hrsg.). (2024). BzKJ Aktuell 2/24, 29–32. Online Verfügbar unter: <https://www.bzkg.de/resource/blob/240376/b22e453f1b57f268a65378b9f6b783cd/20242-die-tiktok-intifada-data.pdf>. Zugriff am: 10.06.2025.
- Schacht, Henning (2025). Pressemitteilung. Neuer Höchststand politisch motivierte Kriminalität. Bundesministerium des Innern. Online verfügbar unter: <https://www.bmi.bund.de/SharedDocs/pressemitteilungen/DE/2025/05/pmk2024.html>. Zugriff am: 22.06.2025.
- Schnabel, Deborah (2024). Antisemitismus in digitalen Räumen. In Aus Politik und Zeitgeschehen. 25–26/2024. 31–37.
- Shehzala, Jaiswal; Anand, Kumar; Vemireddy, Vidya & Angeli, Federica (2024). Social media „stars“ vs „the ordinary“ me: influencer marketing and the role of self-discrepancies, perceived homophily, authenticity, self-acceptance and mindfulness. In European Journal of Marketing. 590–631. <https://doi.org/10.1108/EJM-02-2023-0141>.
- Steiner, Olivier (2020). Demokratie und Öffentlichkeit in der digitalen Postmoderne. In Kutscher, Nadia; Ley, Thomas; Seelmeyer, Udo; Siller, Frederike; Tillmann, Angela & Zorn, Isabel (Hrsg.). Handbuch Soziale Arbeit und Digitalisierung. Weinheim & Basel: Beltz Juventa. S. 145–155.
- Strauss, Anselm & Corbin, Juliet (1996). Grounded Theory: Grundlagen Qualitativer Forschung. Weinheim: Beltz.
- Struck, Jens; Müller, Pia, Mischler, Antonia & Wagner, Daniel (2020). Volksverhetzung und Volksvernetzung: Eine analytische Einordnung rechtsextremer Onlinekommunikation. In Kriminologie – Das Online-Journal. 2020. 2(2). S. 310–337. Online verfügbar unter: <https://www.kriminologie.de/index.php/krimoj/article/view/54>. Zugriff: 19.09.2025.
- Tillmann, Angela (2020). Veränderte Lebenswelten im Zuge gesellschaftlicher Digitalisierungsprozesse. In Kutscher, Nadia; Ley, Thomas; Seelmeyer, Udo; Siller, Frederike; Tillmann, Angela & Zorn, Isabel (Hrsg.). Handbuch Soziale Arbeit und Digitalisierung. Weinheim & Basel: Beltz Juventa. S. 89–100.
- Vorderer, Peter (2015). Der mediatisierte Lebenswandel. Permanently online, permanently connected. In Publizistik 60, 259–276. <https://doi.org/10.1007/s11616-015-0239-3>.

- Weber, Kristin (2023). Islamistischer Terrorismus in Deutschland. Analyse der Täterprofile deutscher Syrien-Rückkehrer auf Basis von Gerichtsakten. Springer VS. <https://doi.org/10.1007/978-3-658-42830-3>.
- Wolfers, Lara N.; Neumann, Dominik; Klein, Stefanie H.; Gaiser, Franziska; Anderl, Christine & Utz, Sonja (2025). What do you mean by „social media“? Introducing the Reporting Items for Social Media Research (RISoMeR). In *Annals of International Communication Association*, 2025, 49 (3), S. 192–204. <https://doi.org/10.1093/anncom/wlaf009>.
- Weber, Kristin & Hamachers, Anika (2020). Aus dem Online-Netzwerk in den Jihad? Radikale Prediger als Schlüsselakteure im Netzwerk deutscher Syrienreisender. In Hamachers, Anika; Weber, Kristin & Jarolimek, Stefan (Hrsg.) (2020). *Extremistische Dynamiken im Social Web*. (225–270) Frankfurt: Verlag für Polizei und Wissenschaft.
- West, Levi T. (2016). #Jihad: Understanding Social Media as a Weapon. In *Institute for Regional Security. Security Challenges*, 2016, Vol. 12 (2), S. 9–26.

Autorin

Kristin Weber, Dr. Phil, Post-Doc und Leiterin der Projekte „Auswirkungen von Vorurteils-kriminalität und politisch motivierter Gewalt“ und „Schutzlücken schließen – Frauen besser vor Gewalt schützen“ am Zentrum für Kriminologische Forschung Sachsen e.V., Zentrum für Kriminologische Forschung Sachsen e.V., Chemnitz. Arbeitsschwerpunkte: Radikalisierung, Extremismus, Terrorismus, politisch motivierte Kriminalität, Zentrum für Kriminologische Forschung Sachsen e.V., E-Mail-Adresse: Kristin.Weber@zkfs.de

