

---

# **BACHELORARBEIT**

---

Frau  
**Nasila Moussavi**

## **Die Instrumentalisierung der Medien durch die Terror- gruppe „Islamischer Staat“**

Kommunikationsinhalte und –  
strategien am Beispiel zweier  
konträrer propagandistischer au-  
dio-visueller Inhalte im Medium  
Internet

Fakultät: Medien

---

## **BACHELORARBEIT**

---

### **Die Instrumentalisierung der Medien durch die Terrorgruppe „Islamischer Staat“**

Kommunikationsinhalte- und strategien am Beispiel zweier konträrer propagandistischer audio-visueller Inhalte

Autor/in:

**Frau Nasila Moussavi**

Studiengang:

**Angewandte Medien**

Seminargruppe:

**AM13wS3-B**

Erstprüfer:

**Professor Dr. phil. Andreas Wrobel-Leipold**

Zweitprüfer:

**Frank Kornath dba. / BA**

# **BACHELOR THESIS**

---

## **The instrumentalisation of media by the terror group “Islamic State”**

Their message and its strategy  
using the example of two con-  
trarian propagandistic audio-  
visual contents on the internet

author:

**Ms. Nasila Moussavi**

course of studies:

**Applied Media**

seminar group:

**AM13wS3-B**

first examiner:

**Professor Dr. phil. Andreas Wrobel-Leipold**

second examiner:

**Frank Kornath dba. / BA**

---

## **Bibliografische Angaben**

Nachname, Vorname: Moussavi, Nasila

Thema der Bachelorarbeit:

**Die Instrumentalisierung der Medien durch die Terrorgruppe „Islamischer Staat“**  
Kommunikationsinhalte- und strategien am Beispiel zweier konträrer propagandistischer audio-visueller Inhalte

Topic of thesis:

**The instrumentalisation of media by the terror group “Islamic State”**

Their message and its strategy using the example of two contrarian propagandistic audio-visual contents

41 Seiten, Hochschule Mittweida, University of Applied Sciences,  
Fakultät Medien, Bachelorarbeit, 2017

## **Abstract**

In den letzten Jahren hat sich die Medienwelt sehr stark verändert. Während vor einigen Jahren noch die Nutzung von klassischen Medien wie Fernsehen, Radio oder Print den Alltag bestimmte und als gängige Informationsquelle galt, hat das Internet und das Web 2.0 das Medienverhalten der Menschen extremst beeinflusst und revolutioniert. Als fester, unabdingbarer Bestandteil des alltäglichen Lebens gilt das Medium Internet als geeignetes Kommunikationsmittel zwischen Nutzer und jeglicher Art von Unternehmen oder Gruppe. So nutzt auch die Terrorgruppe Islamischer Staat dieses Medium, um neue Rekruten und Anhänger zu finden. Ziel dieser Bachelorarbeit ist es, diese Instrumentalisierung der Medien durch die Terrorgruppe anhand zweier Beispiele aus dem Internet zu beschreiben und zu analysieren.

---

# Inhaltsverzeichnis

<b>Inhaltsverzeichnis .....</b>	<b>V</b>
<b>Abbildungsverzeichnis .....</b>	<b>VI</b>
<b>1 Einleitung .....</b>	<b>1</b>
<b>2 Der Islamische Staat .....</b>	<b>4</b>
2.1 Wer ist der IS? .....	4
2.1.1 Territorien.....	5
2.1.2 Organisationsstruktur .....	6
2.2 Von den Anfängen bis heute .....	<b>13</b>
<b>3 Was heißt "Medien" heutzutage? .....</b>	<b>15</b>
3.1 Die nächste Gesellschaft.....	16
3.2 Die nächste Gesellschaft und der IS.....	<b>18</b>
<b>4 Die Instrumentalisierung der Medien durch den IS.....</b>	<b>20</b>
4.1 Das Medienzentrum des IS .....	21
4.2 Propagandistische Beispiele des IS .....	23
4.2.1 Die Technik der sozialen Gemeinschaft .....	24
4.2.2 Die Taktik der Brutalität als Grausamkeit und Faszination.....	27
<b>5 Fazit.....</b>	<b>31</b>
<b>Literaturverzeichnis .....</b>	<b>XXI</b>
<b>Eigenständigkeitserklärung .....</b>	<b>XIV</b>

---

## Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Eingenommene Gebiete durch den IS in Syrien .....	5
Abbildung 2: Eingenommene Gebiete durch den IS im Irak .....	5
Abbildung 3: Milizen, welche sich zum IS bekennen (Afrika, naher Osten & Asien).....	6
Abbildung 4: Die Innere Struktur des IS.....	7
Abbildung 5: Auslandskämpfer aus Westeuropa .....	20
Abbildung 6: Inhaltliche Struktur der Medienkommission des IS.....	21
Abbildung 7: Bildausschnitt eines Propagandavideos des IS.....	24
Abbildung 8: Bildausschnitt eines Propagandavideos des IS.....	27







# 1 Einleitung

Es ist der 13. November 2015. Ein gängiger Freitagabend im Herzen Frankreichs. Im Stade de France in Saint-Denis nördlich von Paris wird gerade ein Freundschaftsspiel im Fußball zwischen Frankreich und Deutschland ausgetragen. Die Stimmung ist gut und ausgelassen. Um 21.17 Uhr hört man plötzlich einen Knall am Stadion. Ernst genommen wird dieser nicht, schließlich sind solche Vorfälle gängig im Rahmen dieser Veranstaltungen. Dabei weiß keiner der 80.000 Zuschauer innerhalb des Stadions welchem Szenario sie gerade entgangen sind.

Acht Minuten später, um 21.25 Uhr fallen Schüsse in der Rue Bichat, ein Szenenviertel in Paris. Es wird von einem schwarzen Seat Leon auf zwei Restaurants gefeuert. Es gibt Tote und Verletzte.

21.30 Uhr - zurück am Stadion, eine weitere Explosion, keine Verletzten.

21.35 Uhr – In der Rue de la Fontaine au Roi werden Schüsse nochmals von einem schwarzen Seat Leon auf zwei Restaurants abgefeuert. Wieder gibt es Tote und Verletzte.

21.38 Uhr – Drei Minuten später hält der schwarze Wagen in der Rue de Charonne und feuert ein weiteres Mal auf ein Restaurant im Ausgehviertel. Ein weiteres Mal Tote und Verletzte. Es folgen noch eine weitere Explosion am Stadion, ein Selbstmordattentat und eine Geiselnahme innerhalb von kurzer Zeit an den bereits erwähnten Tatorten.<sup>1</sup>

---

Die schockierenden Bilder gehen in wenigen Minuten um den kompletten Globus und setzen ein deutliches Zeichen: Der Terror ist in Europa angekommen, die Attentäter haben ihr Ziel erreicht. Es ist der sogenannte Islamische Staat, welcher den Terror in Europa heutzutage verkörpert und im Namen Allahs unschuldige Menschen ermordet.

Hier in Europa und auch im nahen Osten hat der Terrorismus völlig neue Formen angenommen. Der Islamische Staat ist das beste Beispiel hierfür; es wurde eine Gemeinschaft erschaffen, die es bisher in solch einem Ausmaße nie gab. Nach Peter R. Neumann (2015, 74): „Ein erfolgreicher und expandierender salafistischer Staat im Herzen des Nahen Ostens; ein Magnet für Auslandskämpfer; und ein Orientierungspunkt für Dschihadisten in der ganzen Welt.“<sup>2</sup>

Es ist ein Europäer, welcher sich später als Drahtzieher für die Attentate in Paris herausstellt. Sein Name ist Abdelhamid Abaaoud, gebürtiger Belgier, Anhänger der Terrorgruppe Islamischer Staat. Ein junger Mann aus Europa, welcher sich dort radikalisiert hat und 2014 nach Syrien aufbrach.<sup>3</sup>

Abdelhamid Abaaoud ist kein Einzelfall. Der Terror spricht viele junge Menschen in Europa an, radikalisiert sie und zieht sie in ihren Bann. Auch hier ist und war der Islamische Staat erfolgreich wie

---

<sup>1</sup> Vgl. Biermann, Kai; Faigle, Philip; Geisler, Astrid; Polke-Majewski, Karsten; Roth, Johanna; Stahnke, Julian; Venohr, Sascha; Zacharakis, Zacharias: „Was, wann wo - Rekonstruktion der Terrorangriffe“. URL:

<http://www.zeit.de/gesellschaft/zeitgeschehen/2015-11/terror-paris-attentate-rekonstruktion-ablauf> (Stand 02.01.2017)

<sup>2</sup> R. Neumann, Peter: Die neuen Dschihadisten. IS, Europa und die nächste Welle des Terrorismus. 1. Auflage, Ullstein Buchverlage GmbH Berlin 2015, S. 74.

<sup>3</sup> Vgl. A. Graham, David: „The Mysterious Life and Death of Abdelhamid Abaaoud“.

<http://www.theatlantic.com/international/archive/2015/11/who-was-abdelhamid-abaaoud-isis-paris/416739/> (Stand 21.12.2016)

keine andere Terrormiliz vorher. Insgesamt haben bis zu 4000 Radikalisierte aus ganz Westeuropa ihre Heimat verlassen um sich dem Islamischen Staat in Syrien anzuschließen.<sup>4</sup> Doch wie schafft eine solche Organisation diese große Anzahl von Menschen in weiter Entfernung anzusprechen, zu radikalisieren und sich ihr anzuschließen?

Es ist die moderne Umwelt, die solche Vorgänge ermöglicht. Ein globales Netzwerk, welches die gesamte Menschheit verteilt auf der gesamten Welt miteinander verbindet – die modernen Medien. Ein Phänomen, welches sich Mitglieder des Islamischen Staates zu Nutze machen, um neue Rekruten und Anhänger anzuwerben und als Staat weiter zu wachsen. Insbesondere das Internet und die damit verbundenen sozialen Netzwerke wie Facebook und Twitter spielen für die Terrorgruppe eine extrem wichtige Rolle und bilden das Fundament für ihr Marketing.

Wie also funktioniert die Instrumentalisierung der Medien durch den Islamischen Staat und wie wirbt dieser für sich? Welche Methoden und Taktiken werden genutzt um neue Anhänger zu finden? Die vorliegende Bachelorarbeit soll diesen und weiteren ähnlichen Fragen auf den Grund gehen und das Marketing vom IS anhand von zwei ausgewählten audio-visuellen Beispielen analysieren und erläutern.

---

<sup>4</sup> FN 2, S. 110.

## 2 Der Islamische Staat

### 2.1 Wer ist der IS?

Der Islamische Staat (kurz IS) ist eine Terrororganisation, welche zur Zeit Gebiete im Irak und in Syrien kontrolliert. Sie ist aus dem irakischen Ableger des Terrornetzwerkes "al-Qaida" hervorgegangen und verfolgt das Ziel ein sogenanntes Kalifat, also einen salafistischen Gottesstaat im nahen Osten, aufzubauen.<sup>5</sup> In ihrem Machtgebiet regiert die Miliz mit extremer Grausamkeit, bestraft Vergehen gegen die eigene Auslegung des Korans mit drakonischen Strafen, lässt Widersacher und Gefangene exekutieren und lässt sogar vor laufender Kamera Geiseln enthaupten. All dies geschieht durch die eigene Propagandamaschine.<sup>6</sup>

Der Islamische Staat gilt als ein dschihadistisches Staatsbildungsprojekt.<sup>7</sup> Es wird also das Ziel verfolgt, einen reinen sunnitischen muslimischen Staat aufzubauen. Hierfür wirbt die Miliz um neue Mitglieder und neue Rekruten aus aller Welt. Die angewandten Medienstrategien und die Instrumentalisierung der Medien durch die Terrormiliz werden in einem späteren Kapitel ausführlich geschildert und analysiert.

---

<sup>5</sup> Vgl. Landeszentrale für politische Bildung Baden-Württemberg: „Der Islamische Staat“. URL: <https://www.lpb-bw.de/islamischer-staat.html> (Stand 02.01.2017)

<sup>6</sup> Vgl. Salloum, Raniah: Endlich verständlich – „So funktioniert der „Islamische Staat““. URL: <http://www.spiegel.de/politik/ausland/islamischer-staat-alles-wichtige-zum-is-a-1042664.html> (Stand 23.12.2016)

<sup>7</sup> Vgl. Perthes, Volker: „Kampf gegen IS - Viel mehr als eine Terrormiliz“. URL: <http://www.sueddeutsche.de/politik/kampf-gegen-is-viel-mehr-als-eine-terrormiliz-1.2144142> (Stand 02.01.2017)





Gruppe die innere Struktur der Miliz bildet. Die folgende Abbildung verbildlicht den Aufbau der Vereinigung:<sup>10</sup>

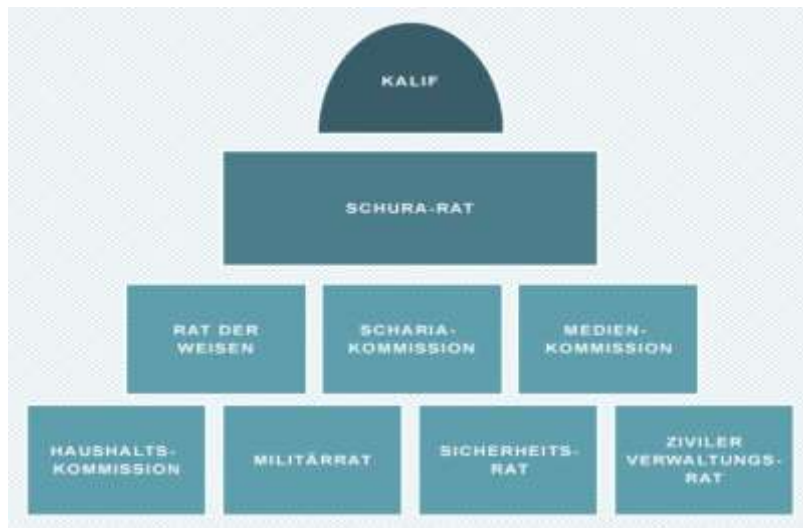


Abbildung 4: Innere Struktur des IS (Stand 20.12.2016)

Den Chefposten und zugleich die Spitze des Staates besetzt der sogenannte Kalif. Den gegenwärtigen Führungsposten im Islamischen Staat bekleidet der selbst ernannte Kalif Abu Bakr al-Baghdadi. Er ließ sich im Juni diesen Jahres zum Kalifen ausrufen, nennt sich seit dem offiziell „Kalif Ibrahim“ und gilt somit als Kalif als der Nachfolger des Propheten Mohammed.<sup>11</sup> Abu Bakr al-Baghdadi rief

---

<sup>10</sup> Vgl. Bital, Ghiath: „Der „Islamische Staat“: Interne Struktur und Strategie“. <http://www.bpb.de/politik/extremismus/islamismus/202373/der-islamische-staat-interne-struktur-und-strategie?p=all> (Stand 20.12.2016)

<sup>11</sup> Vgl. Sydow, Christoph: „Führungsstruktur des „Islamischen Staats“ – Organigramm des Terrors“. URL: <http://www.spiegel.de/politik/ausland/is-islamischer-staat-kalif-abu-bakr-al-baghdadi-und-die-is-spitze-a-993128.html> (Stand 02.01.2017)

am 29. Juni 2014 in der al-Nouri-Moschee von Mossul im Norden des Iraks das Kalifat aus.<sup>12</sup> Als Kalif bildet er die entscheidende Leitungsfigur und zugleich den Entscheidungsträger des Staates. Er besitzt ebenso die Leitung des ihm untergeordneten Schura-Rates (dazu im Folgenden mehr), sowie die Macht, Leiter der einzelnen ihm untergeordneten Gremien in Absprache mit dem Schura-Rat zu ernennen. Der Kalif gilt ebenso als die letzte Instanz mit weitreichenden Kompetenzen und Entscheidungsbefugnissen.<sup>13</sup>

Dem Kalifen direkt untergeordnet ist der Schura-Rat. Dieser besteht aus circa neun bis elf Mitgliedern und wird zur Zeit von Abu Arkan al-Ammeri geleitet. Dieser berät zeitgleich den Kalifen im Allgemeinen. Der Schura-Rat dient zur Überwachung der anderen Gremien, zur Beratung des Kalifen und hat die Befugnis diesen rein theoretisch abzusetzen oder einen Nachfolger vorzuschlagen, sofern dieser nicht mehr fähig ist zu regieren. Zusätzlich gibt es ein Gremium des Schura-Rates, das sogenannte Scharia-Komitee. Dieses besteht aus sechs von den insgesamt elf Mitgliedern des Rates, welche wiederum vom Kalifen Abu Bakr al-Baghdadi angeleitet werden.<sup>14</sup>

In der 3. Instanz befindet sich der sogenannte Rat der Weisen. Dieser ist das Bindungsglied zwischen dem IS und der Bevölkerung, somit also zuständig sowohl für die interne als auch die externe Kommunikation. Somit spielt der Rat der Weisen eine wichtige Rolle zwischen dem Volk und dem Islamischen Staat. Ihre Aufgabe ist es der Terrormiliz die nötige Anerkennung und die nötige Legimitation zu verschaffen. Sie publizieren und tragen die Politik der Terrormiliz in die Bevölkerung und sorgen dafür, dass der Islamische Staat die

---

<sup>12</sup> FN 2, S. 83.

<sup>13</sup> Vgl. FN 10, S. 2.

<sup>14</sup> Vgl. FN 10, S. 2.



nötige Anerkennung und Legitimation innerhalb verschiedenster Kreise der Bevölkerung erhält. Die Idee des Rates ist eine alte islamistische Tradition und beruht auf einem von klassischen Gelehrten eingeführtem Konzept. Der Rat setzt sich aus verschiedensten einflussreichen Leuten aus unterschiedlichen gesellschaftlichen Bereichen zusammen. So sind zum Beispiel große Gelehrte, bekannte Führungspersönlichkeiten und Stammesführer Mitglieder im Rat der Weisen.<sup>15</sup>

Gleichgestellt wie dem Rat der Weisen ist die Scharia-Kommission. Diese legitimiert den Islamischen Staat durch die Schaffung des ideologischen Rahmens und verbreitet die extremistisch-islamische Ideologie der Terrormiliz. Zudem tätigt die Kommission als so eine Art Obergericht und hat die Befugnis, über die Nominierung der Richter zu entscheiden. Auch die Kontrolle der Arbeit der Scharia-Wächter fällt in den Aufgabenbereich dieser Gruppe. Ganz wichtig hier zu erwähnen ist, dass die Scharia-Kommission die Medien des Islamischen Staates überwacht. Die Mitglieder hier spielen somit eine sehr wichtige Rolle bezüglich der Kommunikation zwischen dem IS und den potentiellen Ländern und Anhängern für die Miliz. Sie publizieren und tragen die Politik des IS in die Bevölkerung und sorgen dafür, dass der Islamische Staat die nötige Anerkennung und Legitimation innerhalb verschiedenster Kreise der Bevölkerung.<sup>16</sup>

Die für diese Arbeit bedeutendste Untereinheit im Islamischen Staat ist die nächste in der Reihenfolge, die eigene Medienkommission der Terrorgruppe. Diese ist von extremer Bedeutung für die interne und externe Kommunikation des IS, alle Entscheidungen der

---

<sup>15</sup> Vgl. FN 10, S. 2.

<sup>16</sup> Vgl. FN 10, S. 2.

Gruppe werden durch die Medienkommission nach innen und außen kommuniziert. Zudem gilt sie als Ansprechinstanz für verschiedene Organisationen, wie unter anderem internationale Akteure und westliche Regierungen. Die zentrale Aufgabe der Gruppe besteht jedoch in der Propaganda für den Islamischen Staat, um den ständigen Nachschub und die Vergrößerung der Miliz durch neue Anhänger, Kämpfer sowie finanzielle Unterstützer zu sichern. Die 30 Untereinheiten der Mediengruppe lassen auf die Professionalität, die Größe und die Bedeutung der Kommission schließen. Hier sind auch die meisten Mitglieder aus den westlichen Ländern beschäftigt. Der Grund dafür ist die Vertrautheit und das Wissen, welches Anhänger aus den westlichen Ländern zum Islamischen Staat beitragen. Der IS setzt diese Leute ganz bewusst in der Medienkommission ein, um die eigene Miliz für die westliche Welt durch die Arbeit der eigenen westlichen Anhänger interessanter zu machen und die Gemeinschaft auf direktem Wege anzusprechen. Die Untereinheiten der Medienkommission bestehen aus drei weiteren untergeordneten Medienorganisationen: al-Furqan, al-Itissam und al-Hayat. Diese drei Unterorganisationen gelten zugleich als die wichtigsten Kanäle des IS; es wurden hier innerhalb der letzten zwei Jahre mehrere Filme in englischer Sprache und mit sehr hoher Qualität produziert. Es lässt sich hieraus auf eine sehr professionalisierte und gut durchdachte Arbeit schließen. Darüber hinaus gibt es Online-Magazine, welche regelmäßig veröffentlicht werden und dessen Leserschaft weit über die eigene Anhängerschaft hinausreicht. Ein zu erwähnendes Beispiel hier ist das Online-Magazin „al-Dabiq“. Die Medienkommission betreibt zudem auch noch Radiostationen. „Al-Bayan“ wird in Mossul und al-Raqqa empfangen. Als ein sehr bedeutender Teil betreibt der Islamische Staat zusätzlich auch noch Online-Blogs, welche in mehrere Sprachen übersetzt werden um ein breiteres Publikum anzusprechen. Die Online-Blogs und die Online-Magazine gelten als die wohl wichtigsten Untereinheiten der Medienkommission des IS. Ausschlaggebend dafür ist

die Bedeutung des Internets heutzutage, welche der IS gut überlegt in korrekter Weise nutzt und somit eine breite Masse über die eigenen Areale hinaus anspricht.<sup>17</sup>

In letzter Instanz befindet sich die Haushaltskommission. Diese wird zur Zeit von Mustafa Mohammad Karmush (Abu Salah) geleitet. Aufgabe der Kommission ist es, die Einkünfte des IS zu verwalten, sowie die Ausgaben der Terrormiliz für ihre Geldeinnahmen zu überwachen. Der Islamische Staat hat verschiedene Quellen, woher er sein Geld erhält: Steuern, Gebühren, Spenden Getreide, Baumwolle, Lösegelder, Schutzgelderpressung, Verwaltung von eroberten und noch intakten Wirtschaftsbetrieben, Fabriken, Kunsthandel sowie Öl- und Gasfelder in al-Raqqa, al-Hassaka und Deir ez-Zor.<sup>18</sup>

Auf gleicher Höhe ist der Militärerrat eingeordnet. Derzeitige Leitung ist der zweite Stellvertreter von Abu Bakr-al Baghdadi, Abu Muslim al-Terkami. Der Rat besteht aus unter anderem etwa neun bis dreizehn sogenannten „Kateh“-Führern, welche wiederum ein „Kateh“, also eine Gruppe, anführen. Ein Kateh besteht in der Regel aus drei Brigaden, welches jeweils aus 300-350 Kämpfern besteht. Darüber hinaus beinhaltet der Rat mehrere Fach- und Spezialgruppen, welche für Aufgaben wie die strategische Planung der Selbstmordattentate, Waffenproduktion, Kriegsführung sowie das Thema der Frauen verantwortlich sind.<sup>19</sup>

Auch für die Sicherheit des Islamischen Staates ist gesorgt. Hierfür existiert der Sicherheitsrat, dessen Mitglieder aus ehemaligen Offi-

---

<sup>17</sup> Vgl. FN 10, S. 2.

<sup>18</sup> Vgl. FN 10, S. 2.

<sup>19</sup> Vgl. FN 10, S. 2.

zieren des irakischen Geheimdienstes besteht. Die aktuelle Führung übernimmt Abu Ali al-Anbari. Aufgaben des Rates sind der Schutz des Kalifats, Schutz der Miliz vor Infiltration, Anleitung einer speziellen Einheit für gezielte Mordanschläge und Entführungen, Beobachtungen der Handlungen und Aktivitäten von Führungspersonen des IS und Postdienste.<sup>20</sup>

Zuletzt gibt es den zivilen Verwaltungsrat. Dieser wird vom Vertreter des Kalifen, also Abu Bakr al-Baghdadi geleitet. Der Verwaltungsrat ist zuständig für die Verwaltung und Bearbeitung der bürokratischen Angelegenheiten der Bevölkerung. Aufgaben wie Geburteneinträge, Eheschließungen und Überwachung der Nahrungsmittel. Bezogen sind all diese Aufgaben auf die sogenannten „Wilayas“, welche vom IS als eingeteilte Ordnung des herrschenden Gebietes gelten und als Verwaltungseinheiten existieren. Insgesamt gibt es 16 davon, welche wiederum in weitere Untereinheiten, die sogenannten „Katehs“, also Kreise, eingeteilt werden. Jedes dieser Katehs ist zuständig für die Verwaltung mehrerer Vororte und Städte. Für jede dieser Wilayas und Katehs gibt es einen sogenannten Wali, eine Art Gouverneur, einen Militär-Amir als militärischen Anführer, einen Sicherheits-Amir, einen Scharia-Amir und ein Medienbüro.<sup>21</sup>

Aus all diesen sich zusammensetzenden, einzelnen Elementen erkennt man die Grundlagen und die Strukturen eines Staates. Die Genauigkeit und Einzelheiten der Untereinheiten deuten auf die Professionalität der Gruppenstruktur hin. Basierend auf den vorangegangenen aufgezählten Einheiten der Terrormiliz, handelt es sich

---

<sup>20</sup> Vgl. FN 10, S. 2.

<sup>21</sup> Vgl. FN 10, S. 2.

hierbei um eine irakische Organisation.<sup>22</sup> Man erkennt zudem deutlich das Nebeneinander von alter Tradition und neuer Moderne. Es ist ein Staat mit traditionellen Strukturen, angepasst an neue und moderne Gesellschaft

## 2.2 Von den Anfängen bis heute

Nach Peter R. Neumann (2015, 76) ist „was sich heute Islamischer Staat nennt, das politische, militärische und persönliche Vermächtnis des Dschihadisten Abu Musab al-Zarqawi.“<sup>23</sup>

Die Wurzeln der wie sie heute bekannten Terrormiliz Islamischer Staat liegen in den Konflikten im Irak. Im Jahre 2003, nach dem zweiten Irakkrieg und dem Regimewechsel in Bagdad aufgrund des Sturzes des Diktators Saddam Hussein, gab es zahlreiche Gewaltakte im Land. Ein unübersichtlicher politischer Machtkampf zwischen verschiedenen Parteien und Gruppen mit Attentaten und Bombenanschlägen. Unter ihnen waren auch von außen kommende Dschihadistengruppen, so wie die von Abu Musab al-Zarqawi vor drei Jahren gegründete Terrorgruppe „Tauhid“.<sup>24</sup>

Zugleich lag die Eskalation der Gewalt in dieser Situation im Interesse der internationalen Terrormiliz Al-Kaida. Diese suchte für die Unterstützung der weiteren Destabilisierung im Irak neue sich ihnen anschließende Gruppen und Kämpfer. Somit erreichte die Terrorgruppe von Abu Musab al-Zarqawi den offiziellen Status als eine

---

<sup>22</sup> Vgl. FN 10, S. 2.

<sup>23</sup> Vgl. FN 2, S. 76.

<sup>24</sup> Vgl. Liebscher, Robert: „Die Entstehung des „Islamischen Staates““. URL: <http://daserste.ndr.de/beckmann/sendungen/Die-Entstehung-des-Islamischen-Staates.is134.html> (Stand 03.01.2017)

Untergruppe von al-Kaida und nannte sich nun „Al-Kaida im Irak“ (AQI).<sup>25</sup>

Nach dem Tod von Abu Musab al-Zarqawi verkündete die neue Führung des AQI's den Ausruf der Gruppe zu einem „Islamischen Staat im Irak“ (ISI). Im Jahre 2011 gab der syrische Bürgerkrieg den Dschihadisten einen Grund um nach Syrien zu reisen und dort Anschläge zu verüben. Nach der Gründung eines weiteren al-Kaida Ablegers nun in Syrien, wurde diese zusammen mit der ISI zusammengeschlossen und nannte sich von dort an „Islamischer Staat in Irak und Syrien“ (ISIS).<sup>26</sup>

Ab den Jahren 2013/2014 nach dem rasanten Aufstieg und Wachstum der Gruppe entstand die Möglichkeit, die Einheit aufgrund ihrer Größe und ihres Erfolges zu strukturieren. Dies ist die Terrormiliz, welche heutzutage auf der ganzen Welt bekannt ist und sich nur noch „Islamischer Staat“ (IS) nennt.<sup>27</sup>

---

<sup>25</sup> Vgl. FN 24, S. 1.

<sup>26</sup> Vgl. FN 24, S. 1.

<sup>27</sup> Vgl. FN 24, S. 1.

### 3 Was heißt „Medien“ heutzutage?

„Alles, was wir über unsere Gesellschaft, ja über die Welt, in der wir leben, wissen, wissen wir durch die Massenmedien“ – ein Zitat vom Soziologen Niklas Luhmann <sup>28</sup>, welches die Wahrheit über die Medien und dessen Macht in einem Satz veranschaulicht. Die Medien gelten heutzutage als eine eigene Macht, welche die Gesellschaft in einem extremen Maße beeinflusst. Sie werden sogar als „die vierte Macht“ im Staat bezeichnet.<sup>29</sup> Als zentrale Aufgabe der Massenmedien gilt die neutrale Informationsbeschaffung, der Fluss dieser Inhalte, sowie die Bewertung der Medieninhalte. Als Reaktion darauf soll das Volk in der Lage sein, selber über diese Inhalte zu urteilen und zu handeln. <sup>30</sup>

Die Medien haben sich in den letzten Jahren sehr stark gewandelt und verändert. Während damals noch das Fernsehen, der Hörfunk, Zeitungen und Bücher als Informationsquelle galten, hat sich heutzutage ein weiteres Medium so fest in die Gesellschaft integriert, ohne welches die Gesellschaft wahrscheinlich nicht mehr auskommen würde: das Internet. Eine neue Möglichkeit, um auf Informationen zuzugreifen, sie zu verbreiten und vor Allem selber zu kommunizieren. <sup>31</sup> Während die oben genannten, klassischen Massenmedien jeweils nur als einseitiges Medium gelten, gibt das Internet dem Nutzer die Möglichkeit, auf Inhalte zu reagieren und

---

<sup>28</sup> Vgl. Klaeren, Jutta: Informationen zur politischen Bildung. 4. Auflage, Bundeszentrale für politische Bildung, SKN Druck und Verlag GmbH & Co. KG, Bonn 2011, S. 3.

<sup>29</sup> Vgl. Bundeszentrale für politische Bildung: „Medien – „Die „vierte Gewalt“?“ URL: <https://www.bpb.de/politik/grundfragen/deutsche-verhaeltnisse-eine-sozi-alkunde/138737/medien> (Stand 02.01.2017)

<sup>30</sup> Vgl. FN 28, S. 3.

<sup>31</sup> Vgl. FN 28. S. 3.

selbst aktiv zu werden. Allein dieser Unterschied ist ausschlaggebend für die Radikalisierung junger Menschen in Europa. Dieser Punkt wird im Folgekapitel noch intensiver bearbeitet.

Trotz Web 2.0, dem Internet und der Revolution als Massenmedium, gilt das ältere Massenmedium Fernsehen nach einer Langzeitstudie des ARD und ZDF's immer noch als das beliebteste von allen.<sup>32</sup>

### **3.1 Die nächste Gesellschaft**

Bei dem Thema Revolution der Medien ist ein Name besonders hervorzuheben: der Soziologe Dirk Baecker. In seiner Schrift „Stadtluft macht frei: Die Stadt in den Medienepochen der Gesellschaft“ beschreibt er die verschiedenen Entwicklungsstufen einer Gesellschaft in Relation zu den jeweils herrschenden Medien.<sup>33</sup> Es wird von ihm die These aufgestellt, dass jedes Medium eine Gesellschaft/Institution/Gruppe formt. Er beschreibt insgesamt vier verschiedene Stufen der Gesellschaft. Diese werden im Folgenden kurz beschrieben.

Beginnen tut Dirk Baecker mit der tribalen Stadt. Als Volk eine sogenannte Stammesgesellschaft, welche sich als einziges Medium nur der Sprache und des Hörens bedienen kann.

---

<sup>32</sup> Vgl. FN 28, S. 2.

<sup>33</sup> Vgl. Döring, Berenike: Zuschnitt 015 – Stadtluft mach frei: Die Stadt in den Medienepochen der Gesellschaft. 1. Auflage, Zeppelin University, Friedrichshafen 2008, S. 1.



Die nächste Form ist die antike Stadt. Sie ist die Aufhebung der stammesgesellschaftlichen Kulturform durch die Einführung der alphabetischen Schrift. Somit herrschen die Sprache und die Schrift gleichzeitig als Medien.

Die dritte Stufe ist die moderne Stadt. Es wird der Buchdruck eingeführt und eine massenhafte Vervielfältigung der Kommunikation findet aufgrund von Drucken wie Büchern und Zeitungen statt. Es ist von einem sogenannten „Kritiküberschuss“ die Rede.<sup>34</sup> Die Medien fangen also an aufgrund ihrer aufsteigenden Macht Einfluss auf die Gesellschaft zu nehmen. Das Medium Print nimmt hier die Formen einer extremen Beeinflussung auf die Menschen ein.

Nun gibt es einen Blick in die Zukunft: die nächste Stadt – die Einführung des Computers. Aus dem Kritiküberschuss wird nun ein Sinnesüberschuss. Der Computer als neues Medium, welcher „mit Gedächtnisleistungen und einer Schnelligkeit, die alles in der Kommunikation und im Bewusstsein bisher Erlebte übertrifft.“ (Döring, 2008). Trotz der Schwierigkeiten die sich für die Nutzer des Computers ergeben diesen vollständig kommunikativ und bewusst nachzuvollziehen, liegt dieser dennoch der Kommunikation zwischen Menschen zu Grunde.<sup>35</sup> Mit dieser medialen Veränderung

---

<sup>34</sup> Vgl. Döring, Berenike: Zuschnitt 015 – Stadtluft mach frei: Die Stadt in den Medienepochen der Gesellschaft. 1. Auflage, Zeppelin University, Friedrichshafen 2008, S. 16.

<sup>35</sup> Vgl. Döring, Berenike: Zuschnitt 015 – Stadtluft mach frei: Die Stadt in den Medienepochen der Gesellschaft. 1. Auflage, Zeppelin University, Friedrichshafen 2008, S. 20

verändert sich auch die Gesellschaft der Stadt. Das Wort Vernetzung wird nun groß geschrieben, es bildet sich eine konnektionistische Gesellschaft.<sup>36</sup>

Dies ist der Übergang zu unserer modernen Gesellschaft, in welcher wir heute leben. Die nächste Gesellschaft, welche sich des Massenmediums Internet und Web 2.0 bedient und somit 24 Stunden am Tag, sieben Tage in der Woche weltweit miteinander vernetzt ist. Gerade in der jüngeren Generation, welche mit diesem Medium aufgewachsen ist, ist das Internet und das damit verbundene Netzwerk unabdingbar. Es gibt den Nutzern die Möglichkeit jeder Zeit und von überall miteinander zu kommunizieren. Eine sehr wichtige Rolle spielt somit auch das Web 2.0. Die Weiterentwicklung des Mediums Internet und die Möglichkeit nun, nicht nur Informationen aufzunehmen, sondern als Nutzer nun auch auf diese Inhalte zu reagieren und somit miteinander ins Gespräch zu kommen.<sup>37</sup>

## 3.2 Die nächste Gesellschaft und der IS

Die weltweite Vernetzung des Internets bietet den Zugang jedes Individuum oder jede Vereinigung auf der Welt. So sind nicht nur einzelne individuelle Nutzer mit privaten Inhalten Kunden des Mediums, sondern natürlich auch Organisationen, Gruppen und Institute. Das Internet gilt in dieser vernetzten Welt als das wichtigste Marketinginstrument für Einzelpersonen aber auch Unternehmen. Fast jedes Unternehmen besitzt eine eigene Homepage, die dazu

---

<sup>36</sup> Vgl. Döring, Berenike: Zuschnitt 015 – Stadtluft mach frei: Die Stadt in den Medienepochen der Gesellschaft. 1. Auflage, Zeppelin University, Friedrichshafen 2008, S. 26

<sup>37</sup> Vgl. Prof. Dr. Lackes, Richard: „Web 2.0“ URL: <http://wirtschaftslexikon.gabler.de/Definition/web-2-0.html> (Stand 03.01.2017)

verlinkte Präsenz auf jeglichen sozialen Netzwerken wie Facebook, Twitter oder Instagram.

So wie sich die Gesellschaft aufgrund der Nutzung des Mediums Internet entwickelt hat, so haben sich auch Organisationen dem Fortschritt angepasst. Doch nicht immer nur im positiven Sinne: So haben es auch Terrororganisationen wie der Islamische Staat geschafft, aufgrund des Internets als Einheit zu wachsen und sich einen weltweiten Namen erschafft.

Der Islamische Staat ist ein sehr gutes Beispiel dafür, wie neue Medien effektiv in der neuen Gesellschaft genutzt werden können und welchen Einfluss diese auf die veränderte, neue Gesellschaft haben. Das nachfolgende Kapitel soll die genaue Nutzung des neuen Mediums Internet für die eigene Propaganda durch den Islamischen Staat beschreiben.

## 4 Die Instrumentalisierung der Medien durch den IS

Wie bereits vorher schon mehrfach erwähnt, ist der Islamische Staat als die erste Terrorgruppe eine sehr durchdachte und sehr gut durchorganisierte Gemeinschaft, welche den Status eines islamischen Staates anstrebt. Daher erkennt man im inneren der Struktur der Terrormiliz verschiedene Untereinheiten, welche für unterschiedliche Aufgaben verantwortlich sind. Der Fokus dieser Arbeit liegt auf dem IS eigenen Medienzentrum, welche die Propaganda der Gruppe produziert und vermarktet. Die folgende Tabelle zeigt, wie viele Menschen als Ergebnis der Radikalisierung durch die Medien als Auslandskämpfer aus Westeuropa nach Syrien ausgewandert sind, um sich dem IS anzuschließen:

Land	Absolut
Belgien	440
Dänemark	100-150
Deutschland	500-600
Finnland	50-70
Frankreich	1200
Großbritannien	500-600
Irland	30
Italien	80
Niederlande	200-250
Norwegen	60
Österreich	100-150
Schweden	150-180
Schweiz	40
Spanien	50-100

Abbildung 5: Auslandskämpfer aus Westeuropa (Januar 2015)

Das folgende Kapitel soll die nach einer allgemeinen Einleitung über das Medienzentrum gezielt auf die Propaganda des IS durch das eigene Medienzentrum am Beispiel von zwei inhaltlich konträren Ausschnitten aus Propagandavideos analysieren.

## **4.1 Das Medienzentrum des IS**

Die Medienkommission des Islamischen Staates spielt wie bereits in einem vorherigen Kapitel erwähnt eine sehr zentrale und wichtige Rolle für die Terrormiliz. Sie ist für die interne und externe Kommunikation verantwortlich, muss die Entscheidungen des IS nach außen hin kommunizieren und gilt als Ansprechinstanz für westliche Regierungen und internationale Akteure.<sup>38</sup> Als zentrale Aufgabe gilt vor Allem ihre Propagandaarbeit, um den Nachschub an neuen Kämpfern und Mujahideen-Kämpfern, sowie finanzieller Unterstützer zu sichern.

Die Größe und der Aufbau der Medienorganisation zeigen die Professionalität und die Bedeutung der Kommission für den Islamischen Staat als Großes und Ganzes und als Einheit. Allein dieser Ausschuss umfasst wiederum 30 Untereinheiten. Die folgende Abbildung zeigt den Aufbau der Medienkommission:

---

<sup>38</sup> Vgl. FN 10, S. 2.



Abbildung 6: Inhaltliche Struktur der Medienkommission des IS (Stand 22.12.2016)

Das Bild zeigt die vier wichtigsten Untereinheiten der Kommission: Die Medienorganisationen al-Furqan, al-Itissam und al-Hayat, mehrere Online-Magazine, welche in verschiedenen Sprachen betrieben werden, wovon das Online-Magazin al-Dabiq als wichtigstes gilt.<sup>39</sup> Radio-Stationen, sowie Online-Blogs, welche ebenfalls in unterschiedlichen Sprachen produziert werden.<sup>40</sup>

Ein sehr wichtiger Punkt, der eine zentrale Rolle für die Medienkommission spielt ist, das hier hauptsächlich Anhänger aus der westlichen Welt beschäftigt sind und für das Marketing der Terrormiliz verantwortlich sind.<sup>41</sup> Hieraus lässt sich deutlich erkennen, dass der Islamische Staat sich bewusst der Kenntnisse und Erfahrungen des Westens bedient, um somit gezielt und professionell wiederum Menschen im Westen durch die Propaganda westlicher Arbeiter anzusprechen.

<sup>39</sup> Vgl. FN 2, S. 120

<sup>40</sup> Vgl. FN 10, S. 2.

<sup>41</sup> Vgl. FN 10, S. 2.

Vorweg ist zu erwähnen, dass der Islamische Staat die Medien zur Rekrutierung neuer Anhänger extrem professionell instrumentalisiert. Die überwiegend aus dem Westen stammenden Arbeiter der Medienkommission bedienen sich hierzu häufig Hollywood-ähnlichen Kamertechniken, aufwendigen Produktionen und Farbfiltern für Fotos.<sup>42</sup>

Thomas Lückenraht, Chefredakteur und Gründer des Medienmagazines DWDL.de stellt sich sogar die Frage, ob der Islamische Staat die Medienmarke des Jahres sei.<sup>43</sup> Ausschlaggebender Punkt hierfür ist, dass die Terrormiliz sich der Medien nicht nur aus propagandistischen Gründen bedient, sondern auch für das eigene Marketing als Terrorgruppe. Jeder Anschlag, jeder Erfolg und jedes Ereignis und die damit verbundene Medienberichterstattung ist ein Gewinn für den IS.

## 4.2 Propagandistische Beispiele des IS

In diesem Kapitel soll nun anhand zweier ausgewählter Beispiele von Propagandavideos die Instrumentalisierung der Medien für die Rekrutierung neuer Anhänger durch den Islamischen Staat analysiert und verdeutlicht werden. Hierfür werden zwei inhaltlich unterschiedliche Ausschnitte von Videos gegenübergestellt: Ein Propagandavideo mit der Taktik, in welchem die soziale Gemeinschaft und das Leben im IS als ein Paradies beschrieben wird und ein weiteres Video als die Verdeutlichung der Macht durch Brutalität

---

<sup>42</sup> Vgl. Haupt, Friederike: „Terrormiliz „Islamischer Staat“ – Soziale Netzwerke als Waffen“. URL: <http://www.faz.net/aktuell/politik/is-nutzt-soziale-netzwerke-als-medium-des-terrorismus-13216504.html> (Stand 17.11.2016)

<sup>43</sup> Vgl. Lückenraht, Thomas: „Ist der Islamische Staat die Medienmarke des Jahres?“. URL: <http://www.dwld.de/magazin/57393/ist-der-islamische-staat-die-medienmarke-des-jahres/> (Stand 01.01.2017)

des IS. Zwei Formen der gängigen Propagandataktiken der Terrormiliz.

Die BBC-Expertin Mina al-Lami beschreibt nach längerer Verfolgung der Medienaktivitäten des IS, dass diese sich erst im Jahre 2014 professionalisiert hätten. „Den verantwortungslosen und manchmal fast begeisterten Umgang mit Bildmaterial und Botschaften des IS ärgert Kommunikationsexperte Arif Haq“. So schreibt es Thomas Lückeraht in seinem Artikel im DWDL Online-Magazin.<sup>44</sup>

Aus Sicherheitsgründen sind diese Propagandavideos im Internet nicht als Original in voller Länge verfügbar. Aufgrund dessen werden im folgenden Kapitel nur Ausschnitte der Videos analysiert.

#### **4.2.1 Die Taktik der sozialen Gemeinschaft**

Als erstes Beispiel wird ein ganz bestimmter Videoausschnitt aus einem Propandavideo, welches in einer Ausgabe der Dokumentation „Panorama“, im Ersten Deutschen Fernsehen gezeigt, analysiert. In dieser Folge der Sendung wird der Rückkehrer Ebrahim B. interviewt, welcher nach drei Monaten Leben im Islamischen Staat nun zurück nach Deutschland gekommen ist. Immer wieder zwischendurch werden Ausschnitte aus Propagandavideos des IS gezeigt, die vorliegende Arbeit fokussiert sich hier ganz genau auf den Ausschnitt, welcher die heile Welt des IS zeigt.

In der ersten Szene des Ausschnittes sieht man einen jungen Mann, welcher vom Dach eines Hauses mit den Worten „Allahu Akbar“, also Gott ist groß, in den danebenliegenden Pool springt. Die darauffolgende Szene zeigt eine Reihe von hintereinander stehen-

---

<sup>44</sup> Vgl. FN 43, S. 1.



den jungen Männern, mit dem Gesicht zur Kamera, welche nacheinander seitlich ins Wasser springen, genau wie es beim Synchronschwimmen gemacht wird. Die Szene wechselt noch einmal und man sieht den zuvor vom Hochhaus ins Wasser gesprungenen Mann, welcher nun auftaucht und in die Kamera ruft: "So leben wir hier!" Die darauffolgende Szene unterstützt die vorher gezeigte Situation noch einmal: Man sieht einen Mann mit etwas längerem Bart und arabischer Kopfbedeckung im Vordergrund mittig platziert in die Kamera sprechen. Im Hintergrund einen Pool mit Menschen die darin baden. Die Sonne scheint, die Badenden im Pool spielen mit einem Ball, es springen Männer vom Beckenrand ins Wasser. Der Mann im Vordergrund beginnt auf arabisch zu singen: "All die Schmerzen, die er in all den Jahren erlitten hat, wird er vergessen, wenn er den Märtyrertod wählt. Wo ihr hingehet, oh ihr, die in den Heiligen Krieg ziehen." Das folgende Bild zeigt diese Situation.



Abbildung 7: Bildausschnitt eines Propagandavideos des IS

Die Erschaffung einer perfekten, heilen Welt. Badespaß im Urlaub. Eine vielversprechende Selbstdarstellung einer frommen Gemeinschaft. Tot und töten für die gute Sache. Die Bilder, welche solche Illusionen erzeugen, sind bewusst gewählt durch die Medienkommission des Islamischen Staates. Die Terrormiliz arbeitet gezielt mit solchem Material, um die Menschen emotional anzusprechen, denn

hier ist der Mensch am transparentesten und leicht zu beeinflussen. Jedes menschliche Lebewesen fühlt Emotionen. Diese ausgelösten Emotionen lösen wiederum Bedürfnisse und somit Handlungen und Taten aus. Die Darstellung einer sozialen Gemeinschaft, in der jeder für einander einsteht und jedes Individuum seinen eigenen Platz hat und respektiert wird. Die Freizeit wird attraktiv und spaßig gestaltet und als Gruppe miteinander verbracht. Das perfekte Nebeneinander, der tadellose Ausgleich von spaßiger Freizeit und "Arbeiten", also die Reinigung der Menschheit im Namen Allahs nach eigener Auslegung des Korans und des Islams.

Die gesprochenen Worte unterstreichen die Situation noch einmal sehr stark. Gerade der menschliche ruhige Gesang durch den Terroristen, ohne Musik hinterlegt, löst starke Emotionen aus. Der Inhalt der gesprochenen Worte unterstützt die Wirkung des Gesprochenen und der Situation ebenfalls.

Die Hintergedanken der Medienkommission des Islamischen Staates sind klar: Als Zielgruppe gelten junge Menschen, besonders junge Männer aus den westlichen Teilen der Erde. Wie bereits vorher schon erwähnt, sind aus diesem Grunde in der Medienkommission auch hauptsächlich Arbeiter aus westlichen Ländern beschäftigt. Durch ihre Vorerfahrungen und Kenntnisse über die Menschen im Westen fällt es ihnen leicht, Marketingstrategien zu entwickeln, welche die Gemeinschaften dort anspricht.

Es lassen sich genaue Strukturen in der Anhängerschaft und Rekrutierungsmenge erkennen: Gerade junge Frauen und Männer, die aus sozial schwächeren oder einfacheren Verhältnissen kommen, kennen solche Situationen nicht und haben in diesem Bereich nur wenige oder gar keine Kontakte. In direktem Zusammenhang stehen hier auch junge Menschen, welche kein geordnetes Umfeld, also sich in schwierigen Familien- und Freundesverhältnissen be-

finden. Stoßen diese durch das Internet auf das Propagandamaterial des IS, gerade auf Propagandavideos, wird ihnen diese perfekte Welt in einer frommen Gemeinschaft, die für Allah kämpft, vorgespielt und schmackhaft gemacht. Da sie aufgrund der schwierigen Verhältnisse in Deutschland vergleichbar nichts hält, wirkt die Propaganda des IS auf diese jungen Menschen wie das Paradies und das komplette gegenteilige Leben, welches sie in den westlichen Ländern haben. Da ihnen somit das Leben im Islamischen Staat als das Paradies auf Erden erscheint und durch die Propaganda der Terrormiliz auch so dargestellt wird, entscheiden sich diese jungen Menschen dazu, ihre Heimatländer zu verlassen und in den Heiligen Krieg für Allah zu ziehen.

#### **4.2.2 Die Taktik der Brutalität als Grausamkeit und Faszination**

Das zweite Beispiel propagandistischer Arbeit des IS sind Ausschnitte aus einem Beitrag, welcher durch die weltweit operierende Videoagentur "Zoomin.TV" veröffentlicht wurde. Die Szene zeigt zwei nebeneinander in Schwarz gekleidete stehende, bewaffnete Männer, die vor sich jeweils ein sich auf den Boden kniendes Opfer mit auf den Rücken gefesselten Händen haben. Die Szene spielt in den berühmten Palmyra Ruinen in Syrien. Im Folgenden sieht man ein  Bild  des  Ausschnittes:



Abbildung 8: Bildausschnitt eines Propagandavideos des IS

Ganz wichtig hier zu erwähnen ist, dass der linke Terrorist in deutscher Sprache spricht. Ein weiteres Zeichen für die bisherige Verbreitung der Anhängerschaft der Terrormiliz. Während des Propagandavideos spricht dieser ganz gezielt die Zuschauer an, es gibt eine ganz gezielte Aufforderung, sich dem IS anzuschließen: „Guten Morgen, es ist schon Mittag. Es ist schon Mittag!!!“ ..... Ein Ausdruck dafür, wie spät es schon sei für jemanden, der sich der Terrormiliz bisher nicht angeschlossen hat, sondern ganz im Gegenteil Zeit verloren und verschwendet hat. Die Sprecherin der Dokumentation erzählt, wie nach der Ansprache geschossen wird und danach ein gehässiges Lachen der Mörder erklingt.

Solche Szenen wirken auf die bereits vorher erwähnte Zielgruppe als eine Faszination, ein grausames und doch zugleich fesselndes Szenario, welches man nicht abschalten kann. Die Erschaffung dieser Dramatik gelingt dem Islamischen Staat auf professionellster

Ebene. Die Medienkommission weiß, dass die Dramatik bisher immer ein fesselndes Instrument für die Menschheit war.<sup>45</sup> Die Hinrichtung und Köpfung dieser Opfer fällt unter diesen Gesichtspunkt.

Der Islamische Staat hat ganz genau verstanden, was der Zuschauer sehen möchte. Folternde, blutrünstige Inhalte schrecken ab. Deshalb gestaltet er seine Videos als „nicht maximal blutrünstig, sondern als Unterhaltungsshow“, so Friederike Haupt in einem Artikel in der Frankfurter Allgemeinen Zeitung.<sup>46</sup>

Bei anderen ähnlichen Beispielen spielt der IS mit noch eine andere, jedoch auch sehr ansprechenden Taktik: Die Mordvideos zeigen den Mord selber nicht aus den eben oben genannten Gründen. Kurz vor der Köpfung wird nur der Bildschirm schwarz und es erscheint in großer Schrift das Wort „Imagine“. <sup>47</sup> Der IS lässt also den Zuschauer in diesem Falle quasi am Video und an der ganzen Szenerie teilhaben und lässt ihn aktiv mitdenken. Eine sehr clevere Vorgehensweise um sich ins Gedächtnis einzuprägen und in Erinnerung zu bleiben.

Die Zielgruppe dieses Videos ist dieselbe wie auch bei dem als erstes Beispiel erwähnte Propagandavideo. Hier könnte man die Zielgruppe sogar noch etwas ausweiten und die gesamte westliche Welt hinzunehmen. Ziel des Islamischen Staates ist es auch, dort Angst und Schrecken zu verbreiten und sich somit als internationale Marke weiter zu festigen.

Die Marketingaktivitäten des IS sind sogar so weit vorangeschritten, dass es eine komplette Propagandaserie gibt, welche über eine

---

<sup>45</sup> Vgl. FN 42, S. 1.

<sup>46</sup> Vgl. FN 42, S. 2.

<sup>47</sup> Vgl. FN 42, S. 3.

Stunde lang andauert und mit Hollywood-ähnlichen Kameratechniken sehr aufwendig produziert wurde.

Der Islamische Staat weiß ganz genau, welchen Mitteln er sich bedient. Als Schlüsselinstrument benutzt er die übliche Methode, welche im gängigen Marketing immer benutzt wird: Emotionen. Ein sehr wichtiges Wort im Marketing und somit auch für die Propagandarbeit des IS. Die absurde Situation mit der Mischung aus heiler Welt und Emotionen ist gerade für junge Menschen, die bisher noch nie mit solchen Dingen in Kontakt gekommen sind, sehr ansprechend und einnehmend. Sie lassen sich durch ihre Emotionen verführen und glauben den gespielten bewegten Bildern, welche ihnen geboten werden. So ist es auch mit der Mischung aus Faszination und Grausamkeit zugleich. Ein Mittel, welches den Menschen in den Köpfen bleibt und nicht so schnell wieder vergessen wird.

Auch die sozialen Medien wie Facebook, Twitter oder Instagram sind wichtige Plattformen für den IS, um an ihre potenzielle Anhängerschaft zu kommen. Bezogen auf ihre Propagandavideos gilt Social Media als Verbreitungsplattform, um die Inhalte möglichst schnell möglichst vielen Zuschauern zugänglich zu machen. In diesem Kapitel wird Social Media jedoch nicht weiter behandelt, sondern nur als Mittel für die Verbreitung der propagandistischen Videos erklärt.

Zusammenfassend ist zu sagen, dass der Islamische Staat basierend auf gut durchdachten Strategien für die Propaganda, seine Instrumentalisierung der Medien extrem professionell betreibt und die erste Terrorgruppe der Welt ist, welche sich solch eine weltweite Marke aufgebaut hat.

## 5 Fazit

Die Welt und die Gesellschaft hat sich in den letzten Jahren auf extreme Weise verändert. Das neue Medium Internet beeinflusst und bestimmt den Alltag der Mehrheit heutzutage. Das Leben ohne das Internet und ohne die ständige Kommunikation miteinander ist nur schwer vorstellbar. Die Macht dieses überall und immer präsenten Mediums sollte keinesfalls unterschätzt werden. Aufgrund der weltweiten Vernetzung und der Masse an Menschen, die sich des Internets bedienen, wird dieses auch immer mehr für Werbungs- und Marketingzwecke, sowohl von einzelnen Individuen, aber auch von Unternehmen oder jeglicher Art von Gruppen im Bereich Arbeit oder Freizeit genutzt. Doch wie vieles hat auch das Internet seine Vor- und Nachteile. So ist nicht nur für reguläre Zusammenschlüsse benutzbar, sondern auch für andersdenkende Gemeinschaften, wie der Terrorgruppe Islamischer Staat.

Die sehr sauber durchdachten und gezielt umgesetzten Praktiken der Terrormiliz sind faszinieren und beeindrucken zugleich. Das genau angewandte Wissen der westlichen Arbeiter in der Medienkommission des IS spricht für ihre Professionalität und Größe als Einheit.

Der Islamische Staat benutzt nicht nur seine Gewehre als Waffen, sondern auch die sozialen Netzwerk. Der Kampf findet nicht nur auf dem Feld statt, sondern auch im Internet. Gewusst wie, gelingt es dem IS durch ihre perfekte Instrumentalisierung der Medien neue Anhänger zu rekrutieren und das Leben und die Einstellungen vieler Europäer zu beeinflussen und sie für sich zu gewinnen.

Dem Islamischen Staat gelingt die Instrumentalisierung der Medien auf eine faszinierende, perfekte Art und Weise. Und dies ist erst der Anfang. Die Bedeutung der Medien wird weiterhin zunehmen und so wird sich der Islamische Staat der Wandlung der Bedeutung des Internets auch in Zukunft. weiter anpassen.







## Literaturverzeichnis

Biermann, Kai; Faigle, Philip; Geisler, Astrid; Polke-Majewski, Karsten; Roth, Johanna; Stahnke, Julian; Venohr, Sascha; Zacharakis, Zacharias: „Was, wann wo - Rekonstruktion der Terrorangriffe“. URL: <http://www.zeit.de/gesellschaft/zeitgeschehen/2015-11/terror-paris-attentate-rekonstruktion-ablauf> (Stand 02.01.2017)

R. Neumann, Peter: Die neuen Dschihadisten. IS, Europa und die nächste Welle des Terrorismus. 1. Auflage, Ullstein Buchverlage GmbH Berlin 2015, S. 74.

Vgl. A. Graham, David: „The Mysterious Life and Death of Abdelhamid Abaaoud“. <http://www.theatlantic.com/international/archive/2015/11/who-was-abdelhamid-abaaoud-isis-paris/416739/> (Stand 21.12.2016)

R. Neumann, Peter: Die neuen Dschihadisten. IS, Europa und die nächste Welle des Terrorismus. 1. Auflage, Ullstein Buchverlage GmbH Berlin 2015, S. 110.

Landeszentrale für politische Bildung Baden-Württemberg: „Der Islamische Staat“. URL: <https://www.lpb-bw.de/islamischer-staat.html> (Stand 02.01.2017)

Salloum, Raniah: Endlich verständlich – „So funktioniert der „Islamische Staat““. URL: <http://www.spiegel.de/politik/ausland/islamischer-staat-alles-wichtige-zum-is-a-1042664.html> (Stand 23.12.2016)

Perthes, Volker: „Kampf gegen IS - Viel mehr als eine Terrormiliz“. URL: <http://www.sueddeutsche.de/politik/kampf-gegen-is-viel-mehr-als-eine-terrormiliz-1.2144142> (Stand 02.01.2017)

Bitat, Ghiath: „Der „Islamische Staat“: Interne Struktur und Strategie“. <http://www.bpb.de/politik/extremismus/islamismus/202373/der-islamische-staat-interne-struktur-und-strategie?p=all> (Stand 20.12.2016)

Sydow, Christoph: „Führungsstruktur des „Islamischen Staats“ – Organigramm des Terrors“. URL: <http://www.spiegel.de/politik/ausland/is-islamischer-staat-kalif-abu-bakr-al-baghdadi-und-die-is-spitze-a-993128.html> (Stand 02.01.2017)

R. Neumann, Peter: Die neuen Dschihadisten. IS, Europa und die nächste Welle des Terrorismus. 1. Auflage, Ullstein Buchverlage GmbH Berlin 2015, S. 83.

R. Neumann, Peter: Die neuen Dschihadisten. IS, Europa und die nächste Welle des Terrorismus. 1. Auflage, Ullstein Buchverlage GmbH Berlin 2015, S. 76.

Liebscher, Robert: „Die Entstehung des „Islamischen Staates““. URL: <http://daser-ste.ndr.de/beckmann/sendungen/Die-Entstehung-des-Islamischen-Staates,is134.html> (Stand 03.01.2017)

Klaeren, Jutta: Informationen zur politischen Bildung. 4. Auflage, Bundeszentrale für politische Bildung, SKN Druck und Verlag GmbH & Co. KG, Bonn 2011, S. 3.

Bundeszentrale für politische Bildung: „Medien – „Die „vierte Gewalt“?“ URL: <https://www.bpb.de/politik/grundfragen/deutsche-verhaeltnisse-eine-sozialkunde/138737/medien> (Stand 02.01.2017)

Klaeren, Jutta: Informationen zur politischen Bildung. 4. Auflage, Bundeszentrale für politische Bildung, SKN Druck und Verlag GmbH & Co. KG, Bonn 2011, S. 2.

Döring, Berenike: Zuschnitt 015 – Stadtluft mach frei: Die Stadt in den Medienepochen der Gesellschaft. 1. Auflage, Zeppelin University, Friedrichshafen 2008, S. 1.

Döring, Berenike: Zuschnitt 015 – Stadtluft mach frei: Die Stadt in den Medienepochen der Gesellschaft. 1. Auflage, Zeppelin University, Friedrichshafen 2008, S. 16.

Döring, Berenike: Zuschnitt 015 – Stadtluft mach frei: Die Stadt in den Medienepochen der Gesellschaft. 1. Auflage, Zeppelin University, Friedrichshafen 2008, S. 20

Döring, Berenike: Zuschnitt 015 – Stadtluft mach frei: Die Stadt in den Medienepochen der Gesellschaft. 1. Auflage, Zeppelin University, Friedrichshafen 2008, S. 26

Prof. Dr. Lackes, Richard: „Web 2.0“ URL: <http://wirtschaftslexikon.gabler.de/Definition/web-2-0.html> (Stand 03.01.2017)

R. Neumann, Peter: Die neuen Dschihadisten. IS, Europa und die nächste Welle des Terrorismus. 1. Auflage, Ullstein Buchverlage GmbH Berlin 2015, S. 120.

Haupt, Friederike: „Terrormiliz „Islamischer Staat“ – Soziale Netzwerke als Waffen“. URL: <http://www.faz.net/aktuell/politik/is-nutzt-soziale-netzwerke-als-medium-des-terrorismus-13216504.html> (Stand 17.11.2016)

Lückerath, Thomas: „Ist der Islamische Staat die Medienmarke des Jahres?“ URL: [http://www.dwdl.de/magazin/57393/ist\\_der\\_islamische\\_staat\\_die\\_medienmarke\\_des\\_jahres/](http://www.dwdl.de/magazin/57393/ist_der_islamische_staat_die_medienmarke_des_jahres/) (Stand 01.01.2017)

Zoomin.TV Deutschland: „IS veröffentlicht erstes Propagandavideo auf Deutsch“ URL: <https://www.youtube.com/watch?v=qHp9s-MnlbQ> Dokumentation, Farbe, 2:01 Minuten (Stand 03.01.2017)

R. Neumann, Peter: Die neuen Dschihadisten. IS, Europa und die nächste Welle des Terrorismus. 1. Auflage, Ullstein Buchverlage GmbH Berlin 2015, S. 111.

Spiegel Online: „Netzwerke wollen gemeinsam Terrorpropaganda aufspüren“ URL: <http://www.spiegel.de/netzwelt/web/facebook-twitter-und-youtube-wollen-gemeinsam-terror-propaganda-aufspueren-a-1124597.html> (Stand 03.01.2017)

Gruber, Angela: „Wie der „Islamische Staat“ im Internet kämpft“ URL: <http://www.tages-spiegel.de/politik/facebook-twitter-instagram-wie-der-islamische-staat-im-internet-kaempft/10814766.html> (Stand 02.01.2017)

Musharbash, Yassin: „Aber er hat doch IS gesagt!“ URL: <http://www.zeit.de/politik/ausland/2016-06/orlando-attentaeter-islamischer-staat-medien> (Stand 02.01.2017)

Focus Online: „Islamischer Staat verurteilt „Hebdo“-Cover“ URL: [http://www.focus.de/politik/ausland/islamischer-staat/is-terror-im-news-ticker-is-verurteilt-neue-mohammed-karikaturen-als-extrem-dumm\\_id\\_4404239.html](http://www.focus.de/politik/ausland/islamischer-staat/is-terror-im-news-ticker-is-verurteilt-neue-mohammed-karikaturen-als-extrem-dumm_id_4404239.html) (Stand 03.01.2017)



## Eigenständigkeitserklärung

Hiermit erkläre ich, dass ich die vorliegende Arbeit selbstständig und nur unter Verwendung der angegebenen Literatur und Hilfsmittel angefertigt habe. Stellen, die wörtlich oder sinngemäß aus Quellen entnommen wurden, sind als solche kenntlich gemacht. Diese Arbeit wurde in gleicher oder ähnlicher Form noch keiner anderen Prüfungsbehörde vorgelegt.

---

Ort, Datum

Vorname Nachname