

# Salafisten nutzen Hip-Hop für Propagandazwecke

Extremistischer Hintergrund nicht immer offensichtlich, Botschaften erreichen massenhaft Jugendliche

Stand: Januar 2015

**Die Jugendkultur Hip-Hop wird von Islamisten regelmäßig zu Propagandazwecken und als niedrigschwelliges Angebot der Kontaktaufnahme mit jungen Usern instrumentalisiert. Sie ist fester Bestandteil jugendlicher Lebenswelt und umfasst neben Musik auch Ausdrucksformen wie Breakdance und Graffiti, einen eigenen Kleidungsstil und Sprachduktus. Besonders Salafisten nutzen einige Elemente der Hip-Hop-Kultur als Türöffner, um für ihre Erlebniswelt zu werben. Dadurch steigt das Risiko für Kinder und Jugendliche, mit Propaganda, hasserfüllten Botschaften und Gewaltaufrufen konfrontiert zu werden.**

## Zum Begriff Salafismus

Der Salafismus, eine ultrakonservative Auslegung des Islam, lässt sich grob in drei Strömungen unterteilen: puristisch, politisch und jihadistisch. Wenn hier von Salafismus bzw. Salafisten die Rede ist, sind nur die politischen und jihadistischen gemeint. Von diesen geht unter Jugendschutzaspekten das größte Gefährdungspotenzial für Jugendliche aus, da sie beispielsweise demokratische Werte sowie die Gleichheit aller Menschen ablehnen und Gewalt befürworten.

## Seltene Rap-Songs transportieren salafistisches Gedankengut

In streng konservativen Auslegungen des Islam ist Musik verboten. Sie gilt als Neuerung und Einfluss von Kulturen, die dem „wahren“ Islam fremd sind. Eine Ausnahme bilden sogenannte Anasheed (singular: Nasheed), also A-cappella-Gesänge mit religiösem Inhalt. Islamistische Rap-Songs existieren nur in sehr geringer Zahl, sind aber geduldet, wenn damit die Ideologie unter Jugendlichen verbreitet werden kann.

Produziert hat sie der Rapper Asadullah, der in die salafistische Szene eingebunden ist. Seine Musikvideos veröffentlicht er im Social Web und sorgt so für leicht aufzunehmende, erkennbar auf Jugendliche ausgerichtete Propaganda. Die Bildsprache der professionell wirkenden Clips orientiert

sich an den Sehgewohnheiten Jugendlicher. Rasante Schnitte, Spezialeffekte, teure Autos sind Bestandteile.

Inhaltlich werden islamistische Narrative vermittelt, Konflikte in muslimischen Ländern dabei gekonnt mit dem Erfahrungshorizont von Jugendlichen in Deutschland verknüpft. Individuelle Diskriminierungserfahrungen werden beispielsweise als Resultat des weltweiten Kampfes der „Ungläubigen“ gegen den Islam und Muslime erklärt. Für Jugendliche muslimischen Glaubens bieten diese Rap-Videos einen sanften Einstieg in die Welt des Salafismus.



Rap-Songs: Trotz Musikverbot geduldet, wenn sie der Verbreitung der Ideologie dienen. (Quelle: YouTube)

## Salafisten bedienen jugendlichen Lifestyle mit typischen Produkten

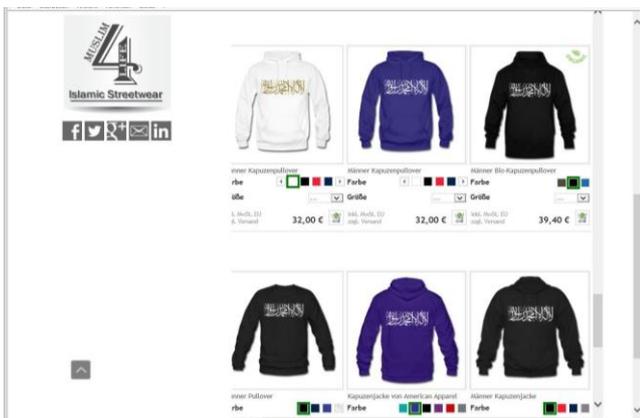
CDs, aufgemacht in Hip-Hop-Manier mit Titelbildern im Graffiti-Stil, sind ebenfalls Teil salafistischer Agitation. Das militant-jihadistische Netzwerk „Tauhid“, hervorgegangen aus der in Deutschland verbotenen Organisation „Millatu Ibrahim“, macht sich die typisch jugendkulturellen Designs für seine Marketingstrategie zunutze. Seine CD „Wacht auf Jugend des Islam“ wurde im Internet beworben, auf Veranstaltungen oder an Infoständen in Fußgängerzonen an Jugendliche verteilt und die dokumentierten Aktionen anschließend online präsentiert.



CD-Cover mit Graffiti-Design: Aufmachung zielt auf jugendliche Konsumenten. (Quelle: Facebook)

Akteure aus salafistischen Kreisen betreiben Online-Shops, in denen sie den Lifestyle junger Muslime bedienen. Angeboten werden dort beispielsweise eng mit der Hip-Hop-Kultur verknüpfte Kleidungsstücke wie Kapuzenpullover und Baseball-Kappen, die mit religiösen Sprüchen oder Symboliken versehen sind. So können Jugendliche ihre muslimische Identität nach außen tragen, ohne dabei vom Kleidungsstil anderer Gleichaltriger abzuweichen.

Mit diesen niedrigschwelligen Angeboten sollen Jugendliche für die salafistische Erlebniswelt und Ideologie geködert werden. Der extremistische Kontext ist dabei häufig nur für die User erkennbar, die genug über die Symbolik oder ideologischen Hintergründe der Akteure wissen.



"muslim4life": Salafisten bieten Kleidung und Accessoires mit islamischer Symbolik an. (Quelle: Muslim4Life-Shop)

## Propaganda erreicht Hip-Hop-Fans außerhalb salafistischer Szene

Um im Netz von möglichst vielen jungen Usern gefunden zu werden, suchen Islamisten gezielt Anknüpfungspunkte zur jugendlichen Hip-Hop-Welt. Sie richten beispielsweise ihre Videos direkt an einzelne Rapper, vermeintlich um ihnen Botschaften zu senden oder sie bekehren zu wollen. Eigentliche Adressaten sind jedoch nicht die Rapper, sondern deren Fans.

## Hintergrund: „Gangster-Rap“ bietet ideale Anknüpfungspunkte für salafistische Propaganda

Es gibt Themen, Motive und Attribute, die sowohl in Liedtexten des „Gangster-Rap“ als auch in salafistischer Propaganda zu finden sind: Sozialkritik, Brüderlichkeit, Stärke, Männlichkeit, Wehrhaftigkeit, die Herabwürdigung anderer für die eigene Aufwertung. Daneben werden, wenn auch mit anderer Sichtweise, Themen aus der Lebenswelt von Jugendlichen angesprochen wie Perspektivlosigkeit, Gewalt, Sex, Kriminalität, Drogen, Identitätskonflikte.

Der deutschsprachige Gangster-Rap ist stark geprägt von Künstlern mit einem muslimischen Hintergrund. Der Glaube gehört zu ihrer Identität und fließt somit auch teilweise in ihre Musik mit ein, wodurch sich die Bindungskraft des Rappers vor allem bei muslimischen Fans erhöht. Die Rapper teilen sich mit den Salafisten gewissermaßen die gleiche Zielgruppe.

Das Bad-Boy-Image bzw. Image des Outlaws, der außerhalb gesellschaftlicher Normen steht, gehört auch zur Selbstinszenierung der Rapper. Hierdurch wird eine Abgrenzung zur Mehrheitsgesellschaft erzeugt und durch bewusste Provokation bestätigt. Ein Beispiel dafür ist die Liedzeile von Farid Bang in einem Rap-Video: „Ich hab die Kalasch' mit und schieße auf gottlose Rapper wie ein Salafist“. Die Parallelen sind deutlich: Auch Salafisten stellen sich außerhalb gesellschaftlicher Normen, provozieren ganz bewusst und kokettieren mit der Rolle der Outlaws. Dadurch offerieren sie Jugendlichen eine attraktive Alternative bei ihrer Vorbildsuche und erreichen sie vor allem über eine emotionale Ebene.

Werden Rapper explizit im Videotitel beim Namen genannt, erscheint in der Trefferliste auch der islamistische Beitrag. Dies steigert die Reichweite der Botschaft und erreicht potenzielle Anhänger. Ein Video mit dem Titel „Pierre Vogel ladet [sic] Rapper Bushido zum Islam ein“ wurde über 150.000 Mal aufgerufen. Das Spektrum der Botschaften reicht von Einsteigerthemen bis hin zu offenen Aufrufen, sich am militanten Jihad in Syrien zu beteiligen.



Aufruf zum Jihad in Syrien: Deutscher Islamist richtet seine Botschaft an den Rapper Farid Bang und erreicht dessen Fans (Quelle: YouTube)

Islamistische Botschaften geraten aber auch dann in Hip-Hop-Kreise, wenn ehemalige „Senegrößen“ sich den militanten Salafisten anschließen, wie der Berliner Denis Cuspert. Inzwischen propagiert er im Netz den bewaffneten Kampf und soll für die terroristische Organisation „Islamischer Staat“ kämpfen. In den letzten Jahren publizierte Cuspert mehrere Videobotschaften, in denen er Muslime in Deutschland dazu aufruft, ihm in den Jihad nach Syrien zu folgen.

Bei Jugendlichen, denen Cuspert bekannt ist, besteht ein Informationsinteresse, das auch von unpolitischen Hip-Hop-Foren bedient wird. In einigen Fällen wurden Videobotschaften völlig unkritisch auf solchen Plattformen eingebunden. Cusperts Propaganda konnte damit genau die Zielgruppe erreichen, für die sie gedacht war.



Jihad-Propaganda im Hip-Hop-Kontext: Denis Cuspert erreicht jugendliche Fans mit islamistischen Botschaften. (Quelle: brate.to; Original unverpixelt)

## Gangster-Rapper als Werbeträger oder mahnendes Beispiel

Viele Rapper nutzen das Social Web, um junge Fans an sich zu binden. Über die gängigen Plattformen werden sie nahbar und interagieren mitunter direkt mit Usern. Lassen sich bekannte Rapper mit Salafisten fotografieren oder filmen, äußern sie sich positiv zu Salafisten oder posten auf ihren eigenen Profilen entsprechende Propaganda, dann erreicht das sehr viele Jugendliche und birgt die Gefahr der negativen Beeinflussung. Denn die Stars der Rapper-Szene haben für Jugendliche eine enorme Vorbildfunktion.

Das Facebook-Profil von Farid Bang, einem Rapper aus Düsseldorf mit einem Nummer-1-Hit-Album in den Charts, hat beispielsweise über 1,5 Millionen Likes. In einem Video auf YouTube tritt er allerdings nicht nur im Rahmen seiner Musik in Erscheinung, sondern auch zusammen mit einer Führungsperson des salafistischen Vereins „Ansaar International e.V.“. Laut Verfassungsschutz sammelt diese Organisation Spenden für Syrien und steht im Verdacht, damit terroristische Gruppierungen zu unterstützen.



Rapper ruft zu Spenden für salafistischen Verein auf und erreicht beinahe 30.000 Klicks. (Quelle: YouTube)

Farid Bang bezeichnet in dem Video „Ansaar International“ als vertrauenswürdig und verleiht ihm damit unter seinen jugendlichen Fans eine immense Glaubwürdigkeit. So entsteht der Eindruck, die salafistische Gruppierung sei völlig in Ordnung und lediglich Behörden und Medien hätten mit ihr ein Problem. Dass hinter dem politischen Salafismus eine totalitäre Ideologie der Ungleichheit steckt, wird dabei völlig ausgeblendet.

Farid Bang ist in diesem Zusammenhang kein Einzelfall. Auch andere Rapper treten in Videos beispielsweise gemeinsam mit Predigern des gewaltlegitimierenden Netzwerks „Die wahre Religion“ (DWR) oder an Koranständen der „Lies“-Kampagne auf, um ihre Unterstützung zu signalisieren.

Gegensätzlich zum positiven Werbeträger werden Rapper mit muslimischem Hintergrund in islamistischer Propaganda häufig auch als schlechte Vorbilder dargestellt, die den falschen Umgang mit Geld, Frauen, Sex, Kriminalität, Alkohol und anderen Drogen proklamieren. Sie seien die Versinnbildlichung „verwestlichter“ Muslime, die ihre Religion verrieten und nur materielle Dinge im Sinn hätten. Dies bezieht sich nicht nur auf die Inhalte ihrer Liedtexte, sondern auch auf ihren Lebensstil.

In islamistischer Lesart sollten sich Jugendliche daher nicht diese Rapper zum Vorbild nehmen, sondern zum Beispiel Jihadisten, die als „Löwen“ für ihren Glauben kämpften. In sozialen Netzwerken werden deutsch-muslimische Rapper mit Al-Qaida-Terroristen kontrastiert: Als schlechter Muslim gilt, wer westliche Musik macht, als guter Muslim, wer Gewalt als Mittel zur Durchsetzung seiner politischen Ziele wählt.



Muslimische Rapper als schlechtes Vorbild, Al-Qaida-Terrorist (rechts) als positives. (Quelle: Facebook; Original unverpixelt)

## Verstöße konsequent löschen und für subtile Propaganda sensibilisieren

Aus Sicht des Jugendschutzes bergen vor allem die niedrigschwelligen Köderstrategien islamistischer Extremisten im Bereich des Hip-Hops Gefahren. Die Nähe zu salafistischer Propaganda wird oft erst durch personelle Überschneidungen, indirekte Anspielungen oder verlinkte Online-Angebote ersichtlich.

Selbst wenn keine direkte Konfrontation mit jugendgefährdenden Inhalten gegeben ist, kann die Infiltrierung und Instrumentalisierung des Hip-Hops durch Islamisten dazu führen, dass Jugendliche beispielsweise salafistische Strömungen als vertretbare Gruppierungen bzw. deren Ideologie als legitim und Teil ihrer Lebenswelt annehmen.

Da ein Großteil der lebensweltorientierten Angebote von Islamisten auf den jugendaffinen Plattformen des Social Web zur Verfügung gestellt wird, müssen deren Betreiber zur schnellen Löschung von Verstößen aufgefordert und parallel auch für die subtilen Wirkmechanismen islamistischer Propaganda sensibilisiert werden.

## Islamismus im Internet – Hintergründe zum Projekt

Im Rahmen seiner Projektarbeit zum politischen Extremismus recherchiert jugendschutz.net auch islamistische Angebote im Netz und entwickelt Gegenaktivitäten. Das Projekt zum Islamismus wird derzeit gefördert von der Bundeszentrale für politische Bildung/bpb.

