



SCHWERPUNKT — ISLAMISTISCHE ONLINE-SZENE IN DEUTSCHLAND

Islamistische Propaganda in sozialen Medien.

Akteurslandschaft, Reichweiten und Entwicklungstrends in sozialen Medien

Berichtszeitraum 2020–2026 · Datenstand: Mai 2026

Herausgeber	Alhambra Gesellschaft e.V. – Projekt Digitale Resilienz
Kontext	Trendreport im Rahmen des Projekts „Digitale Resilienz“
Adressat:innen	Fachpublikum, Sicherheitsbehörden, Bildungseinrichtungen, Medien

Editorial

Berichtszeitraum	2020 – 2026 (Schwerpunkt: Entwicklung vor und nach dem 7. Oktober 2023)
Erscheinungsdatum	Mai 2026
Herausgeber	Alhambra Gesellschaft e.V. – Projekt Digitale Resilienz
Methodik	Dokumentenanalyse, Auswertung öffentlicher Quellen und Monitoring-Berichte (bpb, Verfassungsschutz, BAG RelEx, IDZ Jena, ISD Global, DPI Wien)
Hinweis	Follower- und Reichweitendaten basieren auf verifizierten Quellenangaben. Wo Zeitpunkte abweichen, ist dies angegeben. Aufgrund der Fluktuation in sozialen Medien sind alle Zahlen als Momentaufnahmen zu verstehen. Angaben mit dem Zusatz „aktuell“ beziehen sich auf Reichweitendaten im Mai 2026.

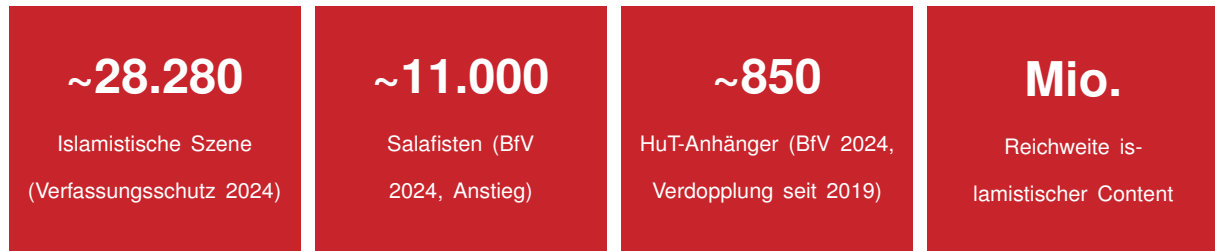
Einleitung

Die islamistische Online-Szene in Deutschland hat sich zwischen 2020 und 2026 grundlegend professionalisiert. Aus einer Nischenerscheinung mit begrenzter Reichweite ist eine vielschichtige, algorithmisch optimierte Medienstrategie geworden, die auf nahezu allen relevanten Plattformen aktiv ist und Millionenreichweiten erzielt.

Der Hamas-Angriff auf Israel vom 7. Oktober 2023 stellte dabei eine qualitative Zäsur dar. Er wirkte als Beschleuniger, der latente Follower-Zahlen in aktive Engagement-Gemeinschaften verwandelte, den Content-Output mehrfach steigerte und die Vernetzung islamistischer Online-Akteure untereinander intensivierte. Gleichzeitig erreichten antisemitische und demokratiefeindliche Narrative eine bisher ungekannte Verbreitung.

Im beobachteten Zeitraum verzeichnet die Szene strukturelle Verschiebungen. Gruppenformate (Generation Islam, Realität Islam, Muslim Interaktiv) weichen zunehmend personalisierten Einzelpersonen-Accounts. TikTok hat YouTube als Primärplattform für die Zielgruppenansprache junger Muslim:innen weitgehend abgelöst.

Sicherheitsbehördliche Eingriffe (Verbot Muslim Interaktiv November 2025; Ermittlungen gegen Generation Islam und Realität Islam) hinterlassen kurzfristig Spuren in den Followerzahlen, können die Propagandaproduktion aber nicht stoppen. Die Akteure transformieren sich und setzen die Arbeit fort.



Teil I: Akteurslandschaft – Profile und Reichweiten

1.1 Gesamttabelle: Reichweiten und Plattformen (Stand: Anfang 2026)

Die folgende Übersicht listet die wichtigsten islamistischen Online-Akteure im deutschsprachigen Raum nach ihren verifizierten oder gesichert geschätzten Follower-Zahlen auf. Die Angaben basieren auf Quellen des bpb-Basismonitorings, des Bundesamts für Verfassungsschutz, der Dokumentationsstelle Politischer Islam Wien (DPI), der BAG RelEx sowie journalistischen Recherchen.

Tabelle 1: Akteursübersicht und Reichweiten (Stand: Anfang 2026).

Akteur / Format	YT	IG	TikTok	Telegram	Spektrum	Status	Trend
Ahmad Tamim (ex-GI)	~66k	~91k*	~1,3k	—	HuT-nah	aktiv	▲
Suhaib Hoffmann (ex-RI)	~30k	~40k	~3,2k	—	HuT-nah	aktiv	►
Abul Baraa	~105k	~58k	>112k	—	Salafismus	aktiv	▲
Hanna Hansen	~14k	>210k	>200k	—	Salafismus	aktiv	▲
Abdelhamid	~105k	~154k	~535k	—	Salafismus	Verurteilt (3 J., LG Düsseldorf 7/2025); auf freiem Fuß, nicht rechtskräftig	▽
Pierre Vogel	~70k	~18k	~111k	—	Salafismus	aktiv, rückläufig	▽
Muslim Interaktiv	—	~32k	—	—	HuT-nah	VERBOTEN 11/2025	●
Botschaft des Islam (BDI)	~274k	~67k	~17k	hoch	HuT-nah	aktiv, anonym	▲
Bilal Oromo (ex-GI)	—	~70k*	aktiv	—	HuT-nah	aktiv	►

Werte mit Sternsymbol (*) beziehen sich auf den Zeitpunkt der Account-Transformation (Mai/Juni 2025) und zeigen seitdem fallende Tendenz. Plattformverbote beziehen sich auf das jeweilige Konto, nicht die Person. ▲ = wachsend, ▽ = rückläufig, ► = stabil, ● = erloschen.

1.2 Akteur-Profil im Detail

Ahmad Tamim (Generation Islam / heute: Ahmad Tamim)

Ahmad Tamim ist das zentrale öffentliche Gesicht der seit 2013 aktiven Initiative Generation Islam (GI), die vom Bundesverfassungsschutz dem ideologischen Umfeld der in Deutschland seit 2003 verbotenen Hizb ut-Tahrir (HuT) zugerechnet wird. Am 1. Juni 2025 erklärte er gemeinsam mit Bilal Oromo das formale Ende von Generation Islam; der YouTube-Kanal wurde auf seinen Namen umbenannt, alle alten Videos gelöscht. Eine inhaltliche Zäsur fand dabei nicht statt.

Ahmad Tamim und Bilal Oromo waren die zentralen öffentlichen Gesichter und Sprecher der islamistischen Gruppierung „Generation Islam“ (GI). Diese Organisation wird vom Verfassungsschutz dem Netzwerk der Hizb ut-Tahrir (HuT) zugerechnet, einer legalistisch-islamistischen Strömung mit Kalifatsanspruch, die nicht dem dschihadistischen Spektrum zugeordnet wird.

Ihre Verbindung lässt sich im Wesentlichen in zwei Phasen unterteilen:

Gemeinsame Arbeit bei „Generation Islam“

Innerhalb der Gruppierung teilten sich die beiden die Rollen auf, um über soziale Medien gezielt junge Muslime in Deutschland anzusprechen:

- Ahmad Tamim fungierte über Jahre hinweg als der primäre Hauptredner und das bekannteste Gesicht von Generation Islam.
- Bilal Oromo rückte Anfang der 2020er-Jahre als sekundärer Sprecher und Akteur nach, nachdem ein früherer Aktivist (Umar Qadir) von der Bildfläche verschwunden war. Oromo trat vor allem in Videos und auf den Social-Media-Kanälen der Gruppe auf.

Die Aufteilung der Kanäle nach der Auflösung (2025)

Im Frühjahr 2025 vollzog Generation Islam eine strategische Umstrukturierung. Die Gruppierung als Marke wurde offiziell aufgelöst, um den Fokus auf personalisierte Influencer-Kanäle zu verlagern. Dabei teilten Tamim und Oromo die bestehende digitale Reichweite von Generation Islam untereinander auf:

- Der YouTube-Kanal von Generation Islam wurde direkt in den persönlichen Account von Ahmad Tamim umbenannt.
- Der Instagram-Kanal von Generation Islam wurde an Bilal Oromo übertragen, der ihn seither als personalisierten Account nutzt (unter Namen wie @drbilal.oro).

Beide Akteure setzen ihre ideologische Arbeit seither unter eigenem Namen fort, nutzen jedoch die über Jahre hinweg gemeinsam aufgebaute Reichweite der ehemaligen Organisation.

Plattformen: YouTube (Hauptformat, jetzt personalisiert), Instagram (via Bilal Oromo), TikTok (geplant, aufgebaut).

Followerzahlen: ca. 65.600 YouTube-Abonnenten (April 2025, vor Umbenennung); ca. 66.100 nach Umbenennung (Juni 2025, Quelle: DPI Wien). Instagram via ex-GI-Kanal (auf Bilal Oromo übertragen): 73.100 (April 2025), fallend auf 69.900 (Juni 2025). Aktuell scheint sich Bilal Oromo auf den Instagram-Kanal *ummah.newsde* zu fokussieren, der 59.500 Follower hat (Mai 2026).

Kommunikationsstil: Direkt, emotional, konfrontativ. Politische Ansprache, Wir-Ihr-Konstruktion zwischen muslimischer Ummah und feindlicher Mehrheitsgesellschaft. Starke Mobilisierungsfunktion: Im Juli 2025 rief er zu einer Großkundgebung in Berlin auf, die mehr als 1.500 Menschen anzog.

Strategische Bedeutung: Tamim ist der wichtigste Mobilisierer des HuT-nahen Spektrums im deutschsprachigen Raum. Das Ende der Marke Generation Islam schwächt die Institutionalisierung der Propaganda, nicht den inhaltlichen Einfluss.

Suhaib Raimund Hoffmann (Realität Islam / heute: Suhaib Hoffmann)

Suhaib Raimund Hoffmann, ein deutscher Konvertit, war das öffentliche Gesicht von Realität Islam (RI, gegründet 2015). Am 19. Mai 2025 löste sich RI formal auf und Hoffmann führte die Aktivitäten unter seinem eigenen Namen mit identischer ideologischer Ausrichtung weiter fort. Alle Videos aus der RI-Phase wurden gelöscht.

Followerzahlen: ca. 26.300 YouTube-Abonnenten (kurz nach Umbenennung, Juni 2025), aktuell 30.100 Abonnenten; Instagram aktuell 40.000 Follower.

Kommunikationsstil: Ruhig, intellektuell, erläuternd. Richtet sich stärker an religiös sozialisierte, theologisch interessierte junge Muslime. Gleiche ideologische Basis wie GI, aber unterschiedlicher Zugang: sachliche Autorität statt emotionaler Appell.

Rechtliche Lage: Im Zuge des Muslim Interaktiv-Verbots am 5. November 2025 fanden parallele vereinsrechtliche Durchsuchungen bei Generation Islam in Berlin und Realität Islam in Hessen statt, insgesamt in zwölf Objekten. RI wurde dabei als mutmaßliche Teilorganisation von Muslim Interaktiv bzw. als Organisation mit gleichen Verbotgründen eingestuft.

Abul Baraa (Ahmad Armih)

Abul Baraa (*1973, geb. Ahmad Armih) ist ein palästinensisch-stämmiger Prediger, der nach Jahren als Imam der as-Sahaba-Moschee in Berlin (bis zur Schließung 2020) seine Aktivitäten vollständig in die sozialen Medien verlagert hat. Er gilt als einer der reichweitenstärksten extremistischen Influencer des deutschen Salafismus.

Followerzahlen: YouTube: annähernd 100.000 Abonnenten (Stand Januar 2025, Quelle: IDZ Jena), aktuell 105.000 Abonnenten. TikTok aktuell 112.600 Follower und Instagram aktuell 57.900 Follower. Gesamtabrufzahlen auf YouTube: weit über 28 Millionen.

Kommunikationsstil: Unterhaltsam, nahbar, Frage-Antwort-Format (Halal/Haram). Kurze, für TikTok und YouTube Shorts optimierte Videos. Deckt scheinbar harmlose Alltagsfragen ab, während die Antworten einer rigiden salafistischen Weltsicht folgen.

Spektrum: Apolitischer Salafismus mit deutlichen demokratiefeindlichen Aussagen (Wahlverbot, Geschlechtertrennung, Unterwürfigkeit der Frau). Wird von den Verfassungsschutz-Ämtern NRW und Baden-Württemberg als Szenegröße des politischen Salafismus eingestuft.

Reichweiten-Wachstum nach 7.10.2023: Stark. Palästina-Inhalt führte zu sprunghaftem Follower-Gewinnen und algorithmischer Verbreitung.

Hanna Hansen (geb. Victoria Stadtlander)

Hanna Hansen (bürgerlich Victoria Stadtlander, *1984, Herford, heute in Köln ansässig) ist die prominenteste weibliche Akteurin der islamistischen Online-Szene Deutschlands. Als ehemalige Kickbox-Weltmeisterin und Profiboxerin, Model und DJane verfügt sie über eine öffentliche Biographie, die sie zu einer ungewohnt reichweitenstarken Stimme in der Szene macht. Ihre „Erweckungsgeschichte“ – Konversion 2021, Abkehr vom westlichen Lifestyle – nutzt sie gezielt als Brücke zu jungen Frauen und Mädchen. Innerhalb von nur zwei Jahren wuchs ihr Instagram-Kanal von 25.000 Followern (Dezember 2023) auf über 210.000 (September 2025), aktuell 221.000 Follower. Der NRW-Verfassungsschutz widmet ihr in seinem Bericht 2025 ein eigenes Schwerpunktkapitel („Hanna Hansen: Eine salafistische Influencerin als Ausnahmeerscheinung“). Der bayerische Verfassungsschutz führt sie in einem eigenen Kapitel seines Halbjahresberichts 2025. Der baden-württembergische Verfassungsschutz hat sie in einer Meldung thematisiert. Die behördliche Einordnung verortet sie im salafistischen Spektrum als islamistische Influencerin; der baden-württembergische Verfassungsschutz bezeichnet sie als eine der „einflussreichsten weiblichen Akteure“ des Islamismus in Deutschland. Im November 2024 heiratete Hansen nach islamischem Recht den vorbestraften Salafisten-Prediger Sven Lau, was die Sicherheitsbehörden als „gefährliche Verknüpfung“ werten.

Followerzahlen: Instagram: über 210.000 Follower (Stand: September 2025, Quelle: Verfassungsschutz Baden-Württemberg), aktuell 221.000 Follower; TikTok: aktuell 253.100 Follower. YouTube: aktuell 14.000 Abonnenten. Wachstum: nahezu Verzehnfachung der Followerzahlen in weniger als drei Jahren.

Kommunikationsstil: Jugendgerechte, persönliche Ansprache, explizit an junge Frauen und Mädchen gerichtet. Präsentation des Salafismus als erstrebenswerten Lebensstil. Religiöse Veranstaltungen (Seminare, Schwesternpicknicks) als Verbindung zwischen Online-Präsenz und realen Netzwerken. Inhalte erscheinen nach außen oft unproblematisch; islamistische Kernbotschaften (Scharia, Demokratiefeindlichkeit, Geschlechterrollen) werden subtil eingebettet.

Spektrum und Bedeutung: Salafismus, Verbindungen zu Pierre Vogel und Sven Lau. Hansen erschließt für die Szene eine bislang unterversorgte Zielgruppe: junge, nicht-muslimische Frauen als Konvertitinnen-Potenzial sowie muslimische Mädchen, die über ihren Lifestyle-Zugang erreicht werden. Sie ist ein paradigmatisches Beispiel für Kategorie K5 (siehe Seite 15, genderspezifische Ansprache) und zugleich für den übergreifenden Trend zur Professionalisierung islamistischer Online-Kommunikation.

Abdelhamid (TikTok-Star, Düsseldorf)

Unter dem Pseudonym Abdelhamid betrieb der 34-jährige Düsseldorfer einen der reichweitenstärksten islamistisch-salafistischen TikTok-Accounts Deutschlands. Er wurde im Oktober 2024 wegen des dringenden Verdachts des gewerbs- und bandenmäßigen Spendenbetrugs festgenommen. Der Prozess begann am 24. Juni 2025 am Landgericht Düsseldorf; der

Angeklagte legte ein umfassendes Geständnis ab. Am 16. Juli 2025 erging das Urteil: drei Jahre Freiheitsstrafe wegen gewerbsmäßigen Betrugs (Az. 9 KLS 10/25). Tatertrag laut Urteil ca. 496.000 Euro. Der Haftbefehl wurde bis zum Haftantritt unter strengen Auflagen außer Vollzug gesetzt. Das Urteil ist noch nicht rechtskräftig. Aktuell wieder sehr aktiv auf seinen Social Media Accounts.

Followerzahlen: Hunderttausende auf TikTok und Instagram, rund 10 Millionen Likes insgesamt (Quelle: LTO Düsseldorf, Juni 2025). TikTok: aktuell 535.300 Follower; Instagram: aktuell 154.000 Follower; YouTube: aktuell 105.000 Abonnenten.

Bedeutung für die Szene: Laut NRW-Verfassungsschutz setzte Abdelhamid fort, was Pierre Vogel begonnen hatte: den extremistischen Salafismus einem breiteren Publikum zugänglich zu machen.

Pierre Vogel

Pierre Vogel ist seit 2006 einer der bekanntesten deutschen Salafismus-Prediger. In seiner Hochphase (ca. 2010–2016) war er der präsenteste islamistische Influencer Deutschlands. In den letzten Jahren verlor er an Relevanz, bleibt aber mit über 200.000 YouTube-Abonnenten (und weiteren Plattform-Präsenzen) reichweitenstark. 2025 lebte er nach Medienberichten vom Jobcenter und der Organisation von Pilgerreisen.

Entwicklung: Rückläufige Zahlen, jedoch nach wie vor Teil des Netzwerks: Kollaborationsformate mit Abul Baraa und anderen Szeneakteuren bleiben präsent und werden weiter geteilt.

Muslim Interaktiv (Hamburg)

Muslim Interaktiv war die aktivistischste islamistische Online-Organisation im HuT-Umfeld. Nach den medienwirksamen Hamburger Kalifat-Demonstrationen am 27. April 2024 (ca. 1.250 Teilnehmer, mit „Kalifat ist die Lösung“-Schildern) und am 11. Mai 2024 (ca. 2.300 Teilnehmer) wurde Muslim Interaktiv am 5. November 2025 durch das Bundesinnenministerium verboten. Alle Social-Media-Accounts wurden gelöscht, das Vereinsvermögen eingezogen.

Followerzahlen vor Verbot: TikTok: über 18.000 Follower und 380.000 Likes. Dazu aktiv auf YouTube, Instagram und X. Reichweite wurde vor allem durch Videos von Straßenaktionen und Demonstrationen erzielt.

Besonderheit: Muslim Interaktiv kombinierte Online-Mobilisierung mit realen Straßenaktionen konsequenter als andere Akteure. Die Kalifat-Demos von April und Mai 2024 wurden zu zentralen Medienmomenten, die die Szene bundesweit sichtbar machten.

Botschaft des Islam (BDI)

Botschaft des Islam ist ein anonym, islamistisch ausgerichteter YouTube- und Social-Media-Kanal mit starker Nähe zum HuT-Spektrum. Er produziert religiöse Erklärformate und Unterhal-

tungsgeschichten mit eingebetteten islamistischen Narrativen. Als reichweitenstärkster unter den HuT-nahen YouTube-Kanälen spielt BDI eine besondere Rolle bei der Erstansprache apolitischer Muslim:innen.

Followerzahlen: YouTube: aktuell 274.000 Abonnenten; Instagram: aktuell 67.300 Follower.

Besonderheit: BDI bleibt anonym; keine identifizierbaren Personen hinter dem Kanal. Das schützt vor sicherheitsbehördlichem Zugriff und erhöht die algorithmische Lebensdauer der Inhalte.

1.3 Einordnung in das weitere Feld

Die in diesem Report kartierten Akteure bilden nicht die gesamte Szene ab, sondern ihren reichweitenstärksten und behördlich am klarsten eingeordneten Kern. Eine hilfreiche Orientierung bietet die von modus|zad im Auftrag der Landesanstalt für Medien NRW erarbeitete Typologie (LFM NRW 2025), die das Feld der „Peripherie des religiös begründeten Extremismus“ in vier Gruppen unterteilt.

Die erste Gruppe umfasst die **salafistischen Prediger und Influencer** (im vorliegenden Report Abul Baraa, Pierre Vogel, Abdelhamid und Hanna Hansen). Die zweite Gruppe bilden die **legalistisch-islamistischen**, wie der Hizb ut-Tahrir nahestehende Strukturen (Generation Islam, Realität Islam, Muslim Interaktiv und das Berliner BDI-Umfeld). Diese beiden Gruppen stehen im Zentrum des vorliegenden Reports, weil sie die höchste Reichweite, die klarste behördliche Einordnung und die stärkste Mobilisierungswirkung aufweisen.

Zwei weitere Gruppen liegen bewusst außerhalb des Fokus dieses ersten Reports, sind für die Präventionsarbeit aber von wachsender Bedeutung. Die dritte Gruppe sind **religiöse Speaker**, die sich nach außen ausdrücklich vom Salafismus und vom organisierten Islamismus abgrenzen, in Sprache, Ästhetik und Lebensführungsfragen aber Versatzstücke derselben Narrative übernehmen. Sie erreichen teilweise größere Zielgruppen als die offen islamistischen Akteure, gerade weil sie als unverdächtig wahrgenommen werden. Die vierte Gruppe sind **popkulturell und populistisch auftretende Influencer**, die seit dem 7. Oktober 2023 verstärkt in Reaction- und Debattenformaten aktiv sind und die Grenze zwischen tagesaktueller Empörungskommunikation und ideologischer Anschlussfähigkeit verwischen.

Gerade die dritte Gruppe markiert eine analytische Grauzone: Eine Zuordnung über theologische Kategorien greift hier nicht, weil sich diese Akteure selbst als Mitte definieren. Erkennbar werden sie erst über die Analyse von Identitätsangeboten, autoritären Zugehörigkeitskonstruktionen und der Abwertung pluralistischer Lebensentwürfe. Künftige Ausgaben dieses Reports werden diese Übergangszone gezielt in den Blick nehmen.

Teil II: Entwicklung 2020–2026 – Wachstum, Zäsuren, Beschleuniger

2.1 Phasen der Entwicklung im Überblick

Die Entwicklung der islamistischen Online-Szene in Deutschland lässt sich in drei Phasen gliedern:

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

Phase	Zeitraum	Charakteristika
Phase I	2013– 2019	Aufbau und Professionalisierung. Generation Islam (2013) und Realität Islam (2015) gründen hochprofessionelle Formate. YouTube als Hauptplattform. Salafistisches Establishment (Vogel, Baraa) verankert. HuT-Mitgliedschaft in Deutschland: 300 (2014) → 430 (2019).
Phase II	2020– 2022	Pandemie als Beschleuniger. Corona-Lockdowns treiben Online-Nutzung voran. TikTok steigt als neue Plattform auf. Nachwuchsakteure wie Abdelhamid bauen Followerschaften in kurzer Zeit auf. Bpb-Basismonitoring identifiziert 210+ Extremismus-nahe Kanäle auf YouTube.
Phase III	Okt. 2023– heute	7. Oktober als Radikalisierungskatalysator. Sprunghafter Anstieg von Posting-Frequenz, Follower-Gewinnen und antisemitischem Content. Mobilisierung zu Demonstrationen. Behördliche Reaktion: MI-Verbot (11/2025), Ermittlungen GI/RI, Verurteilung Abdelhamid (LG Düsseldorf 7/2025, nicht rechtskräftig); VS-Beobachtung Hanna Hansen. Gleichzeitig: Rebranding der Szene (GI und RI als Gruppenmarken aufgelöst), Personalisierung der Accounts.

2.2 Vor dem 7. Oktober 2023

Die islamistische Online-Szene war vor dem Hamas-Angriff eine gut organisierte, aber in der breiten Öffentlichkeit weitgehend unsichtbare Erscheinung. Die wichtigsten Akteure hatten ihre Nischen gefunden und ihre Zielgruppen langfristig aufgebaut.

Quantitativ: Generation Islam lag vor dem 7. Oktober 2023 bei schätzungsweise 50.000–60.000 YouTube-Abonnenten; Realität Islam bei vergleichbarer Größe. Abul Baraa hatte seine YouTube-Präsenz auf mehrere Zehntausend ausgebaut. TikTok-Phänomene wie Abdelhamid und Hanna Hansen befanden sich in einer Wachstumsphase, waren aber noch nicht in der breiten Öffentlichkeit angekommen.

Qualitativ: Thematisch dominierten die klassischen islamistischen Themen: Identität vs. Integration, Geschlechterrollen, Halal/Haram-Fragen, Diskriminierungsnarrative, Ablehnung der Demokratie. Die Szene produzierte professionell, aber ihre Inhalte liefen weitgehend unterhalb der gesellschaftlichen Wahrnehmungsschwelle.

DATEN

Verfassungsschutzbericht 2023: Die HuT-Anhängerzahl in Deutschland lag Ende 2022 bei 800, Ende 2023 bei 800–850. Der Salafismus zählte rund 10.500 Anhänger (2023). Beide Zahlen zeigen eine Phase der Konsolidierung vor dem 7. Oktober.

2.3 Der 7. Oktober 2023 als Katalysator

Der Hamas-Angriff auf Israel am 7. Oktober 2023 war für die islamistische Online-Szene in Deutschland ein zentraler Mobilisierungsmoment. Innerhalb von Stunden produzierten islamistische Accounts auf Telegram, Instagram und TikTok Inhalte, die den Angriff begrüßend oder relativierend kommentierten. Auf Plattformen wie X (Twitter) wurden antisemitische Inhalte massenhaft geteilt.

Content-Explosion: Das bpb-Basismonitoring dokumentiert einen starken Anstieg der Produktionsfrequenz bei allen beobachteten islamistischen Kanälen nach dem 7. Oktober. Generation Islam und Muslim Interaktiv traten nun auch verstärkt auf Demonstrationen auf und filmten diese für ihre Kanäle, was algorithmisch besonders hohe Reichweiten erzeugte.

Followerwachstum: Mehrere Akteure verzeichneten in den Wochen nach dem 7. Oktober signifikante Follower-Gewinne durch algorithmische Empfehlung antisemitischer und pro-Hamas-Inhalte. Das ISD (Institute for Strategic Dialogue) dokumentierte für den deutschsprachigen Raum einen signifikanten Anstieg islamistischer Telegram-Kanalreichweiten in den Wochen nach dem Anschlag.

Antisemitismus als Katalysator: Laut Bundesverfassungsschutz (2024) wurde islamistisches Gedankengut nach dem 7. Oktober weit über die eigene Szene hinaus anschlussfähig. Antisemitische Inhalte verbreiteten sich nicht nur in islamistischen, sondern auch in muslimischen Mainstream-Netzwerken und wurden dort vielfach nicht als Extremismus wahrgenommen.

WARNUNG

Die islamistische Propaganda nach dem 7. Oktober 2023 erreichte nicht nur die klassische Zielgruppe. Sie verbreitete sich in breiten muslimischen Gemeinschaften und wurde von nichtmuslimischen Accounts verstärkt. Die Grenzen zwischen extremistischem Milieu und Mainstream verschwammen, sowohl in muslimischen als auch in nichtmuslimischen Sozialräumen.

Tabelle 3: Indikatorenvergleich vor und nach dem 7. Oktober 2023.

Indikator	Vor 7.10.2023	Nach 7.10.2023
Posting-Frequenz islamistischer Akteure	Moderat, geplant	Stark erhöht, reaktiv
Dominante Themen	Identität, Halal/Haram, Demokratiekritik	Nahostkonflikt, Antisemitismus, Ummah-Solidarität
Straßenmobilisierung	Vereinzelt (z.B. gegen Koranverbrennungen, Koranverteil-Aktionen)	Regelmäßig, bundesweit, hohe Teilnehmerzahlen
Reichweite	Begrenzt auf islamistische Nische	Breite Empfehlung durch Gaza-Hashtags
Vernetzung mit Mainstream	Gering	Deutlich erhöht, inkl. linke Accounts
Behördliche Reaktion	Beobachtung, vereinzelte Ermittlungen	Verbote, Razzien, Anklagen
HuT-Anhänger Dtl.	~800 (Ende 2022)	~850 (2024)
Salafismus-Anhänger Dtl.	~10.500 (2023)	~11.000 (2024, Trendwende)

2.4 Strukturelle Verschiebungen 2024–2026

Neben der quantitativen Entwicklung zeigen sich zwischen 2024 und 2026 qualitative Veränderungen, die für die Prävention besonders relevant sind:

Personalisierung: Die Auflösung von Gruppenmarken (Generation Islam, Realität Islam) zugunsten personalisierter Accounts folgt einem allgemeinen Social-Media-Trend. Sie hat für die Szene einen strategischen Vorteil. Personalisierte Accounts sind schwerer zu verbieten als Vereinskontoen, bauen engere emotionale Bindungen auf und entziehen sich schnell dem behördlichen Zugriff.

TikTok als Primärplattform: TikTok hat YouTube als wichtigste Plattform für die Erstsprache junger Muslim:innen weitgehend abgelöst. Das Kurzformat (15–60 Sekunden) ist ideal für die Halal/Haram-Frage-Antwort-Logik und für emotionale Trigger-Inhalte. Algorithmen sorgen für organische Verbreitung ohne aktives Folgen der Kanäle.

KI-gestützte Produktion: Erste Hinweise auf den Einsatz generativer KI (Bildsynthese, Voice Cloning, automatisierte Übersetzung) zeigen sich in der deutschen Szene ab 2024. Die Produktionsqualität steigt bei gleichzeitig sinkendem Produktionsaufwand. Mehrsprachige Propagandainhalte werden effizienter verbreitet.

Behördliche Reaktion mit begrenzter Wirkung: Das Verbot von Muslim Interaktiv (November 2025) und die Ermittlungen gegen GI/RI zeigen die Bereitschaft zu sicherheitspolitischen Maßnahmen. Ihre Wirkung ist jedoch begrenzt. Die Personenkonten bleiben aktiv, die Inhalte werden unter neuen Namen weiterproduziert, die Followerschaften migrieren.

Kommentarspalten als eigener Risikoraum: Die LFM-NRW-Studie 2025 („Digitale Grauzonen“, durchgeführt von modus|zad) zeigt, dass die Kommentarbereiche islamistischer Videos in der Wirkung oft radikaler sind als die Videos selbst. Aussagen, die im Video durch Plattform-Moderation oder anwaltliche Vorsicht zurückgehalten werden, finden in den Kommentaren ihren ungefilterten Niederschlag. Hier treffen außerdem unterschiedliche extremistische Strömungen aufeinander, häufig ohne Bezug zum Video. Zusätzlich nutzen Creator die Kommentarspalten, um Rezipierende in geschlossene Chat-Gruppen auf WhatsApp und Telegram zu schleusen, wo die nicht-öffentliche Radikalisierungsdynamik beginnt. Eine Akteurs- und Reichweiten-Analyse, die ausschließlich Videoinhalte betrachtet, erfasst diese Brücke vom öffentlichen Feed in geschlossene Räume nicht.

Teil III: Kategorisierung der islamistischen Online-Akteurslandschaft

Die deutschsprachige islamistische Online-Szene ist kein homogenes Phänomen. Sie besteht aus Akteuren mit unterschiedlicher ideologischer Verortung, unterschiedlichen Kommunikationsstilen und unterschiedlichen Themenschwerpunkten. Für eine wirksame Prävention ist eine systematische Kategorisierung unerlässlich.

Die folgende Kategorisierung orientiert sich primär an den Themenschwerpunkten der Akteure und ihrer dominierenden Propagandafunktion, nicht an ihrer offiziellen Selbstbezeichnung. Viele Akteure sind in mehreren Kategorien aktiv; die Zuordnung bezieht sich auf den Schwerpunkt.

Die Kanäle, die hier kategorisiert werden, sind die reichweitenstärksten Spitzen einer wesentlich größeren Szene. Das modus|zad-Monitoring zählt für den deutschsprachigen Raum etwa 350 Social-Media-Kanäle in der sogenannten „Peripherie des religiös begründeten Extremismus“ (LFM NRW 2025). Diese Kanäle lehnen Gewalt überwiegend ab und sind nicht strafrechtlich relevant, transportieren aber sunnitisch-fundamentalistische und teilweise islamistische Botschaften. In der Forschung wird dieser Bereich als Graubereich oder „awful but lawful“ diskutiert: rechtlich erlaubt, demokratisch problematisch.

Genau in diesem Graubereich operieren auch die K1- bis K5-Kategorien dieses Reports. Der zentrale Wirkmechanismus, den die LFM-NRW-Studie quer durch die verschiedenen Akteurstypen identifiziert, ist Vertrauensaufbau über geteilte Ausgrenzungserfahrungen. Rassismus, gesellschaftliche Marginalisierung und das Bedürfnis nach Zugehörigkeit werden gezielt thematisiert, um ein emotionales Zusammengehörigkeitsgefühl zu erzeugen, in das dann ideologische Botschaften eingebettet werden. Die Studie weist nach, dass dieser Mechanismus nicht spezifisch islamistisch ist, sondern in vergleichbarer Form auch in rechtsextremen und misogynen Online-Kontexten wirkt.

K1

Politisch-islamistisch: Identität und Demokratieablehnung

Akteure: Ahmad Tamim (ex-GI), Bilal Oromo, Suhaib Hoffmann (ex-RI), Muslim Interaktiv (verboten).

Kernmerkmale: Islamismus als politisches Projekt. Demokratie als gottwidriges System. Starke Wir-Ihr-Dichotomie. Mobilisierung zur Straßenaktivität. Behauptung eines 'objektiven Islam' als einzig gültiger Ordnung.

Typische Themen/Formate: Demonstrationsmobilisierung, politische Statements, Widerlegungs-Videos gegen Mainstream-Medien, Kulturkampf-Narrative. YouTube-Hauptformat, TikTok-Kurzclips.

K2**Salafistisch-lifestyle: Halal/Haram als Einstiegsvehikel**

Akteure: Abul Baraa, Abdelhamid (erstinstanzlich verurteilt, auf freiem Fuß), Pierre Vogel.

Kernmerkmale: Scheinbar apolitische Alltagsfragen als Einstieg in salafistisches Weltbild. Rigide Lebensführungsregeln als göttliches Gebot. Abgrenzung von der Mehrheitsgesellschaft durch religiöse Praxis. Wahlen-Verweigerung als islamische Pflicht.

Typische Themen/Formate: Frage-Antwort-Videos (Kurzformat), TikTok-Primärplattform, Interviews, Pilgerreise-Vlogs, Kollaborationen. Besonders algorithmfreundliches Format.

K3**Lifestyle-islamistisch: Identität und Zugehörigkeit**

Akteure: Botschaft des Islam (BDI), hybride Akteure, Influencer-Kooperationen.

Kernmerkmale: Islamische Identität als popkulturelles Angebot. Musik, Ästhetik, Sprache als Einstiegsvehikel. Ideologische Botschaften eingebettet in unterhaltsame Formate. Für Außenstehende als Extremismus kaum erkennbar.

Typische Themen/Formate: Unterhaltungsgeschichten mit islamistischen Subnarrativen, Lifestyle-Content, emotionalisierte Gemeinschaftskonstruktion. Hohe Erstreichweite, niedrige Erkennbarkeitsschwelle.

K4**Antisemitisch-agitatorisch: Nahostkonflikt als Mobilisierungsthema**

Akteure: Übergreifend (alle oben genannten Akteure nach 7.10.2023), islamistische Accounts, pro-Hamas-Netzwerke.

Kernmerkmale: Antisemitismus als ideologischer Kitt, der verschiedene Spektren verbindet. Nahostkonflikt als Rahmen für Freund-Feind-Konstruktionen. Israel-Feindschaft als muslimische Pflicht. Verherrlichung oder Relativierung des Hamas-Angriffs.

Typische Themen/Formate: Reaktionsvideos zu Nachrichtenereignissen, Demonstrationsmaterial, Statement-Videos, Telegram-Kanäle. Höchste Reichweite nach dem 7.10.2023.

Akteure: Hanna Hansen (Verfassungsschutz NRW, BY, BW), diverse anonyme Accounts, Niqab- und Hijab-Influencerinnen im islamistischen Umfeld.

Kernmerkmale: Spezifische Ansprache muslimischer Frauen. Patriarchale Rollenzuschreibungen als gotteswilliger Zustand. Kopftuch als Identitätsmarker. Abgrenzung von feministischen und liberalen Angeboten.

Typische Themen/Formate: Bekleidungs- und Familienratgeber, Heiratsratgeber, Konversionsgeschichten, Islamische Veranstaltungsformate (Seminare, Schwesternpicknicks). Reichweite wächst stark, Hanna Hansen von 25.000 (2023) auf über 210.000 (2025).

Die fünf Kategorien sind nicht trennscharf. Viele Akteure operieren in mehreren Kategorien gleichzeitig. Die Kategorisierung dient der analytischen Einordnung für Präventionsformate und Schulungsmodule, nicht als abgeschlossenes Klassifikationssystem.

Teil IV: Schlussfolgerungen und Implikationen für die Präventionsarbeit

4.1 Kernerkenntnisse

- Die islamistische Online-Szene ist kein statisches Phänomen. Sie transformiert sich schnell, passt sich algorithmischen Veränderungen an und findet bei behördlichem Zugriff neue Formen.
- Der 7. Oktober 2023 hat die Szene nicht geschaffen, aber massiv beschleunigt und in der Breite sichtbar gemacht. Seine Wirkung als Radikalisierungsmoment ist nicht abgeklungen.
- Verbote und Ermittlungen wirken kurzfristig, können die Propaganda aber nicht stoppen. Personalisierte Accounts sind schwerer zu erfassen als Vereinsstrukturen.
- TikTok ist die zentrale Plattform für die Erstansprache und die am wenigsten regulierte.
- KI-gestützte Produktion steigert die Effizienz der Propagandaproduktion und wird das Phänomen in den nächsten Jahren weiter verschärfen.

4.2 Implikationen für das Projekt Digitale Resilienz

Content-Produktion: Präventivformate müssen TikTok- und Instagram-fähig sein, kurz und emotional ansprechend. Lehrfilme im Magazin-Stil (wie GI-Format) reichen nicht – das Kurzformat (15–60 Sekunden) dominiert die Zielgruppe.

Kategorienschwerpunkte: Für Schulungsmodule besonders relevant: Kategorie K2 (Halal/Haram-Einstieg) und K1 (Identität/Demokratieablehnung), da sie die breiteste Erstansprache leisten und am schwierigsten erkennbar sind.

7-Oktober-Spezifika: Das antisemitische Narrativ (K4) braucht besondere Aufmerksamkeit im Schulungsmodul. Lehrkräfte sind besonders häufig mit Post-7-Oktober-Dynamiken in Klassen konfrontiert.

Anschlussfähigkeit zu aktueller Präventionsforschung: Die LFM-NRW-Studie 2025 schließt mit vier Handlungsempfehlungen, die den Bedarf an dem Arbeitsprofil dokumentieren, das dieses Projekt verfolgt. Erstens wird gefordert, Kommentarbereiche als eigenständige Risikoräume regulatorisch anzuerkennen und die Plattformen über DSA und TCO-Verordnung zur Verantwortung zu ziehen. Zweitens wird die Förderung alternativer, algorithmisch sichtbarer Inhalte verlangt, die differenzierten, faktenbasierten und multiperspektivischen Content gegen die dominanten extremistischen Empfehlungslogiken stellen. Drittens wird gezielte Weiterbildung pädagogischer Fachkräfte zu subtilen Radikalisierungsstrategien und Kommentar-Dynamiken empfohlen. Die zweite und dritte Empfehlung beschreiben die Arbeitsweise, die das Projekt Digitale Resilienz in seinen Handlungsfeldern B (Content-Produktion mit algorithmischer Platzierung) und C (Schulung pädagogischer Multiplikatoren) operativ umsetzen will. Dieser Trendreport

selbst ist Teil der ersten, analytisch fundierten Voraussetzung für solche Maßnahmen, mit der die Kenntnis über die Akteurslandschaft und deren Kommunikationsmechanismen vorangetrieben werden soll.

Netzwerk- statt Einzel-Analyse: Akteure sind nicht isoliert zu betrachten. Die Querverbindungen zwischen Tamim, Hoffmann, Baraa, BDI und den salafistischen Predigern bilden ein Netzwerk, das auch in Präventionsmaterialien als solches dargestellt werden sollte.

FAZIT

Die islamistische Online-Szene in Deutschland ist organisierter, reichweitenstärker und adaptionsfähiger als gemeinhin wahrgenommen. Wirksame Prävention muss auf derselben Höhe operieren: algorithmisch platziert, emotional ansprechend, methodenkritisch und in die sozialen Netzwerke der Zielgruppe eingebettet. Das ist das Ziel des Projekts Digitale Resilienz.

Quellenverzeichnis (Auswahl)

Die folgende Auflistung nennt die wichtigsten Quellen, auf denen dieser Trendreport basiert. Alle Follower- und Reichweitendaten sind Momentaufnahmen; sie können sich durch Plattformveränderungen, Verbote und Kontotransformationen jederzeit ändern.

Bundesamt für Verfassungsschutz (2024/2025): Verfassungsschutzbericht 2023 und 2024. Kapitel Islamismus und islamistischer Terrorismus.

Hartwig, F. (2025): Islamistische Propaganda auf Social Media. In: Aus Politik und Zeitgeschichte (APuZ), Themenheft Islamismus, April 2025. Bundeszentrale für politische Bildung.

bpb-Basismonitoring (2021–2023): Jahresberichte und Quartalsberichte des Basismonitorings islamistischer und salafistischer Kanäle auf YouTube und Instagram. Bundeszentrale für politische Bildung.

Möller, P. (2025): Das Ende von Generation Islam und Realität Islam. BAG ReEx / KN:IX-Verbund Islamismusprävention, Berlin, Juli 2025.

Dokumentationsstelle Politischer Islam Wien / DPI (2025): Immer noch jung. Hip. Islamistisch? Neue Entwicklungen bei den deutschsprachigen HuT-nahen Initiativen. Juni 2025.

Frosch, F. / Orhon, K. (2025): Wie Islam-Fluencerinnen in den sozialen Medien gesellschaftliche Spannungen instrumentalisieren. In: Wissen schafft Demokratie, Band 17. IDZ Jena.

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

Wikipedia / Hizb ut-Tahrir in Deutschland: Tabellarische Übersicht zur Anhängerzahl der HuT in Deutschland (basierend auf Verfassungsschutzberichten 2002–2025).

NZZ (2025): TikTok-Prediger: Wie islamistische Influencer Jugendliche radikalieren. 11. August 2025.

LTO (2025): Spendenbetrugsprozess am LG Düsseldorf. 24. Juni 2025.

Landesanstalt für Medien NRW (2025): Digitale Grauzonen. Radikalisierungspotentiale von islamistischen Videos und Kommentarspalten. Ergebnisbericht, September 2025 (durchgeführt von modus|zad).

Alhambra Gesellschaft e.V.

Im Mediapark 5, 50670 Köln

Telefon: 0221 84659977

Website: www.alhambra-gesellschaft.de

E-Mail: info@alhambra-gesellschaft.de

Gefördert durch:



Bundesamt
für Migration
und Flüchtlinge