



# RAN-THEMENPAPIER

## **Gemeinsam mit lokalen Gemeinschaften gegenläufige und alternative Narrative entwickeln**

### **Einleitung**

Wenn die nationale Sicherheit auf dem Spiel steht, konzentrieren sich die ergriffenen Maßnahmen – was kaum überrascht – tendenziell auf die nationale Ebene sowie auf das Thema Sicherheit. Im Laufe der letzten zehn Jahre flossen Erfahrungen aus dem Bereich der öffentlichen Gesundheit in das Feld der Prävention und Bekämpfung von gewaltbereitem Extremismus ein, und in der Hoffnung auf wirksamere Maßnahmen verlagerte sich die Debatte in Richtung der lokalen Ebene und zum Thema Kommunikation. Doch ein zuvor verfolgter Ansatz hallt noch immer nach, etwa wurden Kampagnen für gegenläufige und alternative Narrative häufig ohne Beteiligung lokaler Gemeinschaften entwickelt, und die Debatte wird unnötig verkompliziert. In diesem Papier wird erörtert, wie diese Defizite behandelt werden können, und Praktikern an vorderster Front werden Empfehlungen ausgesprochen, die sich auf wissenschaftliche Literatur, Beispiele für bewährte



Praktiken und Erfahrungen aus angrenzenden Fachbereichen stützen.

Dieses Themenpapier wurde von Jonathan Russell verfasst, einem



## Einleitung

Ein leitender Beamter aus dem Bereich Sicherheit im Vereinigten Königreich legt dar, was ihm bereits nach kurzer Zeit klar wurde, als er Maßnahmen zur Bekämpfung des gewaltbereiten Extremismus (countering violent extremism, CVE) entwickelte: „Vor zehn Jahren dachten wir noch, wir könnten in Whitehall sitzen und lokale Probleme aus der Ferne lösen.“ Dabei bezog er sich auf das heute im CVE-Bereich verbreitete Mantra, dass nicht nach dem Top-down-, sondern nach dem Bottom-up-Prinzip gearbeitet werden sollte. Wie auf ähnlichen Gebieten, bei denen es um Entwicklung und um Stabilisierung nach Konflikten geht, besteht inzwischen Konsens darüber, dass zur Basis von Gemeinschaften bedeutsame Beziehungen aufgebaut werden müssen, um ein gemeinsames Problem auch gemeinsam zu lösen.

Es ist ersichtlich, dass [Prevent](#) – die CVE-Strategie des Vereinigten Königreichs – den gesammelten Erfahrungen entsprechend angepasst wurde. Bis 2015 konnte ein Netzwerk aus lokalen Koordinatoren aufgebaut werden, die mit über 2 790 verschiedenen Einrichtungen zusammenarbeiteten und so 130 gemeinschaftsbasierte Projekte mit über 25 300 Teilnehmern unterstützten. Dem Netzwerk standen Mittel in Höhe von 3,6 Mio. GBP zur Verfügung, die über lokale Behörden in den 50 Gebieten verteilt waren, die am ehesten als terrorgefährdet galten. Außerdem wurde in Einrichtungen wie Schulen, Strafvollzugsanstalten und Hochschulen mit dem neuen Leitfaden [Prevent Duty](#) gearbeitet, um bestehende lokale Netzwerke zu mobilisieren und um Menschen zu erreichen, die besonders radikalierungsanfällig sind, und sie vor Extremismus zu schützen.

Dies wird auch über die gesamte Europäische Union hinweg geleistet. Gilles de Kerchove, der Anti-Terror-Koordinator der EU, verkündete 2017 in einer Rede, dass lokale Behörden und Partner in den Gemeinschaften eine wesentliche Rolle dabei spielten, mögliche Bedrohungen zu erkennen und im Kontext der PCVE Präventions-, Bildungs- und Integrationsansätze anzuleiten.<sup>(1)</sup> Bei all diesen Ansätzen ist Kommunikation von zentraler Bedeutung, und dieses Mantra ist auch auf gegenläufige und alternative Narrative anwendbar, um der Lösung einen digitalen Aspekt hinzuzufügen. Da sich Bedrohungen immer mehr in die digitale Welt verschieben – de Kerchove merkt an, dass sich der Radikalisierungsprozess durch das Internet deutlich beschleunigen kann –, ist dies sehr ernst zu nehmen.

Neben der Arbeitsgruppe Communications and Narratives, auf die dieses Themenpapier konzentriert ist, gibt es beim Radicalisation Awareness Network (RAN) zwei weitere Arbeitsgruppen, bei denen Lokalisierung ein Kernprinzip darstellt: [RAN Local](#), die zusammen mit lokalen Behörden sowie auf lokaler Regierungsebene inspirierende Praktiken und Modelle fördert, und [RAN YF&C \(Youth, Families and Communities\)](#), mit der anerkannt wird, wie wichtig es ist, zur Prävention von Radikalisierung mit lokalen Gemeinschaften zusammenzuarbeiten und sie zu befähigen.

In diesem Papier wird untersucht, ob auf Kommunikation ausgerichtete CVE-Ansätze, die hinlänglich als gegenläufige und alternative Narrative bekannt sind, ebenfalls lokalisiert werden sollten. Um hierfür zu plädieren, werden in diesem Dokument die Grundpfeiler effektiver Kommunikation untersucht, und es wird erörtert, für welche davon lokalisierte Elemente erforderlich sind. Es wird über den Kontext der CVE

---

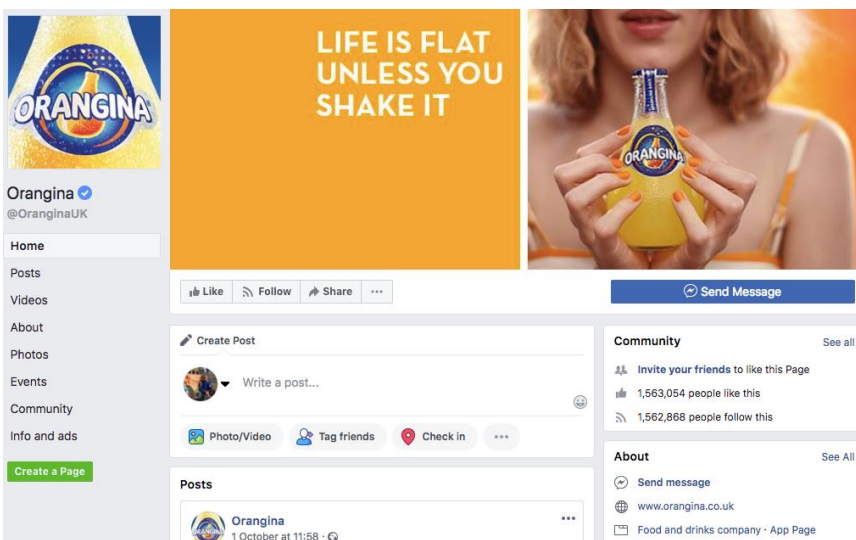
<sup>(1)</sup> Malvesí, L. „Terrorists can’t access weapons, EU anti-terrorist coordinator says after Spain attacks“. EURACTIV, 28. August 2017. <https://www.euractiv.com/section/politics/news/terrorists-cant-access-weapons-eu-anti-terrorist-coordinator-says-after-spain-attacks/>

hinausgeblickt, um bewährte Praktiken zu ermitteln, die Stärken und Schwächen von Extremisten werden untersucht und die weltweite Erfolgsbilanz der CVE wird betrachtet, um Fallstudien für diesen Ansatz zu finden. Auf dieser Grundlage liefert diese Abhandlung einige Tipps und Tricks für Praktiker, die gemeinsam mit lokalen Gemeinschaften gegenläufige und alternative Narrative entwickeln, sie zeigt verbreitete Fallstricke auf erklärt, wie diese für höchstmögliche Wirksamkeit umgangen werden können.

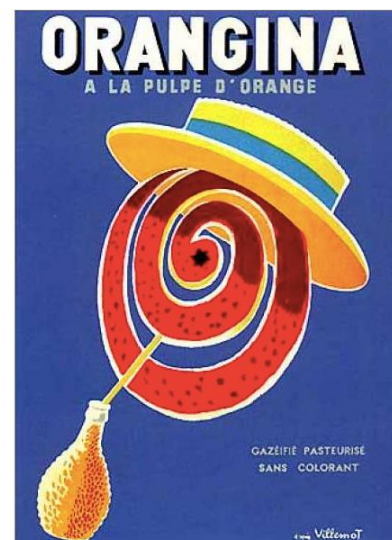
## Effektive Kommunikation

Effektive Kommunikation setzt ein umfassendes Verständnis der Zielgruppe voraus. Es ist also ein klares Bild dieser Zielgruppe (das demografische Parameter wie Alter und Geschlecht sowie Interessen wie Fußball oder Rap-Musik einschließt) sowie des Kontexts vonnöten, in dem die Kommunikation stattfindet, etwa hinsichtlich Vorstellungen, aktuellen Ereignissen, Ansichten, Botschaften, Informationen und Gefühlen, die für die Zielgruppe eine Rolle spielen. Jede Botschaft, jeder Inhalt und jede Kampagne entfaltet abhängig von diesen beiden Aspekten ihre Wirkung.

In der Werbeindustrie spielen sich wesentliche Entwicklungen ab. In den 1950er-Jahren gingen große Unternehmen mit ihrer Werbebotschaft auf die Verbraucher zu, ohne sich nennenswert auf eine Zielgruppe zu konzentrieren. Mit Aufkommen des Internets seit den 1990er-Jahren überrascht kaum, dass Unternehmen einen Großteil ihres Werbebudgets für digitale Werbung aufwenden. Dies eröffnete neue Möglichkeiten.



*Orangina (2018)*



*Orangina (1955)*

Beispielsweise können Unternehmen abhängig vom Verhalten der Internetnutzer ihre Zielgruppe umdefinieren oder mit ihren Verbrauchern in sozialen Netzwerken interagieren, um Rückmeldungen zu erhalten oder ihrer Marke ein Gesicht zu geben. Als Teil ihrer Marketingstrategie können sie auch Benutzer anreizen, selbst Inhalte beizutragen, und sie können Influencer einsetzen, denen möglicherweise mehr Vertrauen entgegengebracht wird als der Marke selbst. Bei jedem dieser verschiedenen Aspekte hat diese



Entwicklung ein umfassenderes Verständnis von Zielgruppen und Kommunikationsumfeldern erforderlich gemacht.

Es ist kaum eine erfolgreiche politische Kampagne zu finden, die nicht lokal organisiert wurde, lokal orientiert ist oder lokal umgesetzt wurde. In der zweiten Hälfte des 20. Jahrhunderts wurde es üblich, dass Wahlkämpfer von Ort zu Ort reisen, um direkte Beziehungen zu den Wählern aufzubauen, mit ihren Argumenten und Narrativen auf lokale Probleme einzugehen und Wahlversprechen zu geben, deren Umsetzung sich vor Ort auf das Leben ihrer Wähler auswirken würde. In dieser Hinsicht konnten Politiker von Bürgerrechtsaktivisten lernen: Francis Townsend setzte sich für das Sozialsystem ein, Inez Milholland für das Frauenwahlrecht, Martin Luther King für Bürgerrechte – und alle von ihnen wussten sich bei ihrer Kommunikation und ihrer politischen Vorgehensweise auf ein lokales Element zu stützen. Tip O’Neill, ehemals Sprecher des US-amerikanischen Repräsentantenhauses, [fasste es wohl am besten zusammen](#): „Alle Politik ist lokal.“


Mit dem Übergang in das 21. Jahrhundert folgte dieser Entwicklung, kaum überraschend und nicht anders als in der Werbeindustrie, eine Digitalisierung. So wurde Barack Obama dafür gerühmt, im Jahr 2012 die [umfassendste Mobilisierung der politischen Basis erreicht zu haben, die es in einer politischen Kampagne jemals gegeben hatte](#). Mithilfe von Mikrotargeting konnte er in sozialen Medien Kandidaten mit den Menschen ihrer Wahlkreise in Kontakt bringen und sicherstellen, dass sie die wichtigsten Zielgruppen erreichten (unentschlossene Wähler sowie potenzielle Unterstützer, die möglicherweise nicht an der Wahl teilnehmen würden). Dies machte sein Wahlkampfmanager Jim Messina mit seinem strategischen [Wählerkontaktprogramm](#) möglich, bei dem tausende Freiwillige mit über einer Million potenziellen Wählern sprachen und notierten, welche Themen ihnen wichtig waren und wie sie sich bei früheren Wahlen entschieden hatten. Sein Team entwickelte maßgeschneiderte Pläne für alle priorisierten lokalen Gebiete. Dieses tiefe Verständnis der Zielgruppen war untrennbar mit dem Bestreben verbunden, bei jeder Handlung einen Fokus auf die lokale Ebene zu legen. Der Rest ist Geschichte.

Top-Empfehlung: Können wir uns so intensiv wie Obama darauf konzentrieren, unsere **Zielgruppen** und deren Interessen zu verstehen? „Yes We Can.“

Trotz der globalistischen oder nationalistischen Narrative, die von Extremisten verbreitet werden, trägt Lokalisierung auch wesentlich zum Erfolg von Vereinigungen gewaltbereiter Extremisten bei. Es gibt Dutzende von potenziellen Warnzeichen, die darauf hinweisen, dass eine Person für Radikalisierung anfällig sein könnte. Doch der wahrscheinlich bedeutendste Indikator, der auf eine Tendenz hinweist, sich gewaltbereiten Extremisten anzuschließen, ist gegeben, wenn ein Mensch Personen zu seinem näheren Umfeld zählt, die bereits Extremisten sind – dies ist der [Expositionsfaktor](#). Dies sollte nicht überraschen: Extremismus ist ein politisches Phänomen und findet durch Kommunikation Verbreitung. Um die Anwerbung zu erleichtern, gibt es in extremistischen Vereinigungen möglicherweise Ortsgruppen oder eine entsprechende hierarchische Struktur, auch wenn sie insgesamt immer dieselben übergeordneten [Narrativen, Ideologien und Vorgehensweisen](#) beibehalten. Den lokalen Dynamiken und der Zusammensetzung örtlicher Gemeinschaften wird häufig nicht genug Bedeutung beigemessen, wenn das Radikalisierungsproblem behandelt wird. Wenn sie erfolgreich sind, nutzen Extremisten lokale Anfälligkeiten aus und können örtliche Resilienzfaktoren umgehen. Effektive Maßnahmen zur Bekämpfung und Prävention

von gewaltbereitem Extremismus müssen das Gegenteil bewirken und diese lokalen Anfälligkeiten abmildern, indem die vor Ort vorhandenen Resilienzfaktoren unterstützt und Lücken gegebenenfalls geschlossen werden.

Die Zentralität der Zielgruppe und der Kommunikationsumgebungen trifft auch bei der Bekämpfung des gewaltbereiten Extremismus zu und stellt den Ansatzpunkt des [Modells GAMMA+](#) dar. Wie kann man von einem Praktiker erwarten, dass er seine Ziele bei einer bestimmten Zielgruppe erfüllt, wenn er nicht viel über diese Gruppe und ihr Umfeld weiß? Während Botschaft und Handlungsaufrufe genau auf das Ziel ausgerichtet sein können, werden der Bote und das Medium daher unter Berücksichtigung des Kommunikationsumfelds der Zielgruppe ausgewählt. In beiderlei Hinsicht würde man damit Tip O’Neills These Rechnung tragen und sich so sehr auf die lokale Ebene konzentrieren wie Obama und Messina im Jahr 2012.



The GAMMA+ model was developed by the RAN Communications and Narratives Working Group in 2017 to give a consistent framework for practitioners seeking to develop their own communications strategies to prevent or counter violent extremism through counter- or alternative narratives. The components are Goal, Audience, Message, Messenger, Medium, Action, and Evaluation.

Graphic provided by C&N member Luke Newbold

## Fokus auf die lokale Ebene

Welches sind bei der Entwicklung gegenläufiger und alternativer Narrative also die besonderen Aspekte, durch die lokale Gemeinschaften einen Beitrag leisten können? Und was ist bei dieser Art von Ansatz zu berücksichtigen?

### *Eine akademische Perspektive*

Die akademische Perspektive sollte berücksichtigt werden, um die Lücke zwischen den Ansätzen, die Wissenschaftler und Praktiker bei der Bekämpfung des gewaltbereiten Extremismus durch lokalisierte Kommunikation verfolgen, möglichst weit zu schließen.

Die französische Wissenschaftlerin Dr. Noémie Bouhana betont dies in ihrer Arbeit zur [Sozioökologie der Radikalisierung](#). Dr. Bouhana argumentiert, dass sich CVE-Praktiker zu stark darauf konzentrieren, wie einfach sich moralische Werte verändern, wenn sie in diesem Kontext von „Anfälligkeit“ sprechen, und vernachlässigen, in welchem Maß Personen radikalisierenden Einflüssen ausgesetzt sind, was vor allem durch



das Umfeld bestimmt wird. In ihren Thesen hinsichtlich CVE nennt sie den Ort immer wieder als wichtigen Faktor, und ihr zufolge sollte dieser auch ein zentraler Aspekt aller CVE-Arbeit darstellen, um das Problem verstehen und sinnvolle Lösungen finden zu können. Dieses akademische Argument spricht bislang am stärksten dafür, gegenläufige und alternative hyperlokale Narrative gemeinsam zu entwickeln, das heißt in Partnerschaft mit lokalen Gemeinschaften.

In ihrer Arbeit, die sie zusammen mit Paul Gill und Emily Corner zum Thema der Indikatoren für Multifinalität und Anfälligkeit hinsichtlich terroristischer Einzeltäter verfasste, wird zudem der Einfluss radikalisierender Umfeldler auf die Anfälligkeit von Personen hervorgehoben. Kurz gefasst kann eine Person alle Anfälligkeitsfaktoren aufweisen, die auf eine Tendenz zu Terrorismus schließen lassen, wenn sie aber nicht mit radikalisierenden Kräften in Kontakt kommen (Anwerber usw.), ist es nicht wahrscheinlich, dass sie ein Gewaltverbrechen verüben. <sup>(2)</sup> In Übereinstimmung mit dieser These haben Brian Van Brunt, Amy Murphy und Ann Zedginidze erkannt, dass sich die meisten Personen, die nach jeder beliebigen Anfälligkeitsmatrix offenbar ins Muster von Radikalisierung passen, sich letztendlich nicht radikalisieren. Dies schreiben sie dem Vorhandensein von Resilienzfaktoren im Umfeld der jeweiligen Person zu. <sup>(3)</sup> Zu diesen Faktoren zählen: „Selbstbeherrschung, Gesetzestreue, Akzeptanz der Legitimität der Polizei, Gesundheitszustand, positives Verhalten als Eltern, nicht gewalttätige Lebenspartner, gute schulische Leistungen, Kontakt zu nicht gewalttätigen Personen mit ähnlicher Lebenssituation, Kontakt mit Menschen aus anderen Ländern sowie die grundsätzliche Ansicht, Teil der Gesellschaft zu sein.“

Um diese Argumente zu unterstützen, nach denen der lokale Aspekt bei Risiko und Resilienz stärker berücksichtigt werden sollte, möchten verschiedene Wissenschaftler, darunter Ellis und Abdi, der Vorstellung einer Resilienz von Gemeinschaften anstatt von Einzelpersonen Vorschub leisten. Ihnen zufolge sind drei Arten sozialer Verbindungen zu erkennen, die für eine gegenüber gewaltbereitem Extremismus widerstandsfähige Gemeinschaft entscheidend sind: Bindung, Brückenbildung und Verknüpfung. <sup>(4)</sup> Sie haben erkannt, dass für wirksame gemeinschaftsbasierte Präventionsarbeit unbedingt eine Atmosphäre aufgebaut werden muss, die von Vertrauen, Respekt und Zusammenarbeit geprägt ist, sodass gegenläufige und alternative Narrative ihre Wirkung entfalten können.

Dalgaard-Nielsen und Schack untermauern dies mit ihrer Forschungsarbeit, mit der sie die Resilienz von Gemeinschaften in Dänemark untersuchten. Sie stellten fest, dass die Wirkung minimiert wird, wenn es an Vertrauen fehlt, was auch durch umfassende Kenntnisse und spezielle Ausbildung nicht ausgeglichen

---

<sup>(2)</sup> Corner, E., Bouhana, N., Gill, P., „The multifinality of vulnerability indicators in lone-actor terrorism“. *Psychology, Crime Law*, Band 25, Ausg. 2, 2018, 111–132.

<sup>(3)</sup> Van Brunt, B., Murphy, A., Zedginidze, A., „An exploration of the risk, protective and mobilization factors related to violent extremism in college populations“. *Violence and Gender*, Band 4, Ausg. 3, 2017, 81–101.

<sup>(4)</sup> Ellis, H., Abdi, S., „Building community resilience to violent extremism through genuine partnerships“. *American Psychologists*, Band 72, Ausg. 3, 2017, 289–300.





werden kann. <sup>(5)</sup> Ein CERTA-Bericht unterstützt dies und ruft dazu auf, mit Familien, engen Freunden und Mentoren sowie mit religiösen Gemeinschaften zusammenzuarbeiten, um Resilienz aufzubauen. <sup>(6)</sup>

Es muss also erkannt werden, dass mit lokalen Gemeinschaften zusammengearbeitet werden muss, da dies sowohl für die Problemidentifizierung (Verstehen der Anfälligkeiten) als auch das Formulieren von Lösungen (Aufbau von Resilienz) erforderlich ist. Zudem müssen die Bausteine geschätzt werden, mit denen dies effektiv erreicht werden kann (Aufbau von Vertrauen, Pflege von bedeutsamen Beziehungen). Doch darüber hinaus verbleiben noch mehrere weitere Schlüsselkomponenten, die spezifischer für gegenläufige und alternative Narrative zum Tragen kommen und für die auch eine wissenschaftliche Grundlage besteht. An erster Stelle stehen die Empfehlungen von Staniforth aus dem Bereich der Polizeiarbeit, die es erleichtern sollen, junge Menschen zu erreichen (und über diese dann weitere glaubwürdige Boten und unterstützende Netzwerke). <sup>(7)</sup> Anschließend folgen die Empfehlungen von Braddock und Horgan zum Formulieren und Verbreiten von Gegenargumenten, wobei sie hervorheben, dass Hypertargeting nicht nur am Punkt der Verbreitung (an dem die richtige Zielgruppe erreicht wird), sondern auch auf der Ebene von Produktion und Vermittlung der Botschaft wichtig ist, sodass die Zielgruppe effektiv beeinflusst wird. <sup>(8)</sup>

### **Ein tieferes Verständnis der Zielgruppen**

Hinsichtlich der genauen Anfälligkeitsfaktoren, die Radikalisierung in einer Umgebung fördern, [mögen sich Wissenschaftler zwar uneinig sein](#), doch folgende sieben Faktoren werden in der relevanten Literatur in Bezug auf die jeweilige Zielgruppe immer wieder erwähnt: Identitätsprobleme, persönliche Krisen, kriminelle Vorgeschichte, Kontakt mit Extremismus, großer Unmut, nicht erreichte Ziele und Versagen des Systems. Wie in der oben angeführten wissenschaftlichen Literatur erörtert, ist Anfälligkeit – wie andere Aspekte – von besonderen lokalen Dimensionen und Reflexionen geprägt. Ohne Zweifel sind in jedem bestimmten Gebiet spezifische Anfälligkeiten zu erkennen. Diese könnten in der lokalen Präsenz einer extremistischen Vereinigung oder Person oder eines entsprechenden Netzwerks bestehen, in dem entweder die problematische Ideologie (z. B. Islamismus) oder ein gegenläufiges Extrem (z. B. Islamophobie) vorherrscht. Die Bedingungen vor Ort könnten marode Infrastrukturen, schwache Leistungen im Bildungssystem, wesentliche soziale Ungleichheit, fehlenden gesellschaftlichen Zusammenhalt zwischen Migranten und Einheimischen, kürzlich verübte Gewaltverbrechen im lokalen Umfeld, etablierte Narrative zum lokalen Umfeld sowie den Unmut der Anwohner aufgrund dieser Bedingungen einschließen.

Eine gute gegenläufige oder alternative Narrative berücksichtigt die speziellen – und häufig lokal bedingten – Anfälligkeiten, Einstellungen, Verhaltensweisen und Interessen sowie den typischen Medienkonsum einer bestimmten Zielgruppe. Manchmal wird die Zielgruppe durch diese Faktoren genauer definiert als durch andere demografische Faktoren. Ein solcher Ansatz ist ratsam, um sich von der breiter angelegten Profilerstellung hin zu fundierter, zielgruppenorientierter Kommunikation zu bewegen. Anstatt sich auf 18–

<sup>(5)</sup> Dalgaard-Nielsen, A., Schack, P., „Community resilience to militant Islamism: Who and what?: An explorative study of resilience in three Danish communities“. Democracy and Security, Band 12, Ausg. 4, 2016, 309–327.

<sup>(6)</sup> CERTA, „Modstandskraft mod radikalisering og voldelig ekstremisme“. 2016. <https://viden.sl.dk/artikler/boern-og-unge/socialt-udsatte/modstandskraft-mod-radikalisering-og-voldelig-ekstremisme/>

<sup>(7)</sup> Staniforth, A., „Preventing terrorism and violent extremism“. Oxford: Oxford University Press, 2014.

<sup>(8)</sup> Braddock, K., Horgan, J., „Towards a guide for constructing and disseminating counternarratives to reduce support for terrorism“. Studies in Conflict & Terrorism, Band 39, Ausg. 5, 2016, 381–404.



25 Jahre alte muslimische Männer in Belgien zu konzentrieren, könnte eine Kampagne beispielsweise auf 18–25 Jahre alte muslimische Männer im belgischen Vilvoorde (hyperlokal) zugeschnitten werden, die IS-Propaganda ausgesetzt waren (Anfälligkeit), politische oder religiöse Gewalt als angemessenes Mittel erachten (Einstellung), eine bestimmte Facebook-Seite mit „Gefällt mir“ markiert haben (Verhalten), gerne Fußball sehen (Interesse) oder eine an ein bestimmtes Publikum gerichtete Zeitung lesen (Medienkonsum). Alle diese Faktoren tragen zu einem tieferen Verständnis der Zielgruppe bei und sollten daher im Rahmen einer Kampagne beeinflussen, welche Strategie mit gegenläufigen oder alternativen Narrativen verfolgt wird und wie sie formuliert und vermittelt werden.

Über die oben stehenden Punkte hinaus wissen lokale Gemeinschaften und Interessengruppen möglicherweise mehr über die lokalen Bedingungen als Kommunikationspraktiker und auch mehr, als durch die Auswertung offen zugänglicher Quellen in Erfahrung gebracht werden kann. Diese besonderen Dynamiken in einer Gemeinschaft zu verstehen, die hyperlokalen Gegebenheiten eines bestimmten Gebiets zu berücksichtigen (wie in einer bestimmten Straße aktive Banden oder die demografischen Veränderungen innerhalb eines Gebiets über einen Zeitraum hinweg) und wichtige lokale Termine von Festivals, Ereignissen, Demonstrationen oder Treffen zu kennen, sind in diesem Zusammenhang alles wichtige Elemente, die in einer Kampagne für gegenläufige oder alternative Narrative nicht übersehen werden sollten. Es gilt die Maxime „Keinen Schaden anrichten“, aus der sich der Ratschlag ergibt, im Rahmen von CVE (und eigentlich jeder politischer Maßnahme) die lokale Dynamik unbedingt zu berücksichtigen – man sollte nicht davon ausgehen, dass externe Akteure ohne ein Gefühl von dieser Dynamik eine ausschließlich positive Wirkung haben werden.

Top-Empfehlung: Nehmen Sie sich allerwenigstens die Zeit, das Umfeld Ihrer **Zielgruppe** zu besuchen und die vorherrschende lokale Dynamik zu verstehen. Noch viel besser wäre es, diese entscheidenden Erkenntnisse in Zusammenarbeit mit lokalen Gemeinschaften zu gewinnen. Dem sollten Sie Priorität einräumen, da die Zielgruppe den wichtigsten Aspekt einer Kampagne darstellt.



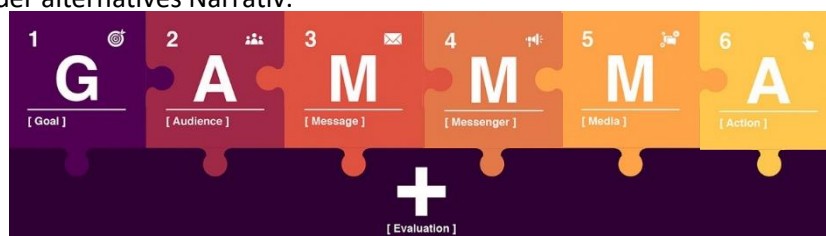
### ***Ein lokaler Ansatz zum Aufbau von Resilienz***

Ähnlich wie bei lokalen Anfälligkeiten bestehen sicherlich auch lokale Resilienzfaktoren, die das großflächige Auftreten von Radikalisierung verhindern. Denn obwohl Radikalisierung in manchen Gebieten besonders markant ist (was wie oben beschrieben größtenteils durch ein entsprechendes Umfeld und Anfälligkeitsfaktoren erklärt werden kann), betrifft sie nur einen sehr kleinen Anteil der Bevölkerung. Programme, Einrichtungen und Persönlichkeiten tragen unter anderem dazu bei, Vertrauen und Selbstvertrauen, Zuversicht sowie ein Zugehörigkeitsgefühl aufzubauen, soziale Durchmischung zu erreichen und dafür zu sorgen, dass Menschen sich wohl fühlen und Sinn in ihrem Leben erkennen. Dabei handelt es sich um Institutionen im Interesse der lokalen Bevölkerung, ganz gleich, ob sie in örtlichen Fußballvereinen, Jugendzentren oder gemeinschaftlichen Ereignissen bestehen.

Für hohe Wirksamkeit sollte klar sein, welche Art von Resilienz durch eine Kampagne für gegenläufige oder alternative Narrative in der Zielgruppe gestärkt werden soll, um Radikalisierung zu verhindern. Wenn beispielsweise Identitätsprobleme als lokale Anfälligkeit zu erkennen sind, sollte eine Kampagne darauf abzielen, ein Zugehörigkeitsgefühl zu schaffen. Kommunikationspraktiker sollten darauf achten, aus welchen Quellen vor Ort ein Zugehörigkeitsgefühl erwachsen könnte. Dies sollten sie fördern, um ihre Kommunikationsziele zu erreichen. Es ist vorteilhaft, mit diesen lokalen Einrichtungen zusammenzuarbeiten, um gegenläufige oder alternative Narrative zu vermitteln. Zudem sind diese Einrichtungen nicht nur in der digitalen Welt vertreten, sodass eine Kampagne ihre Zielgruppe mit einem Handlungsauftrag zu ihnen leiten könnte. So wird ein solideres Angebot ermöglicht, das nicht nur in Worten, sondern auch in Taten besteht. Dies eröffnet auch bessere Beurteilungen, die nicht nur in Leistungsmetriken einer Online-Kommunikationskampagne bestehen, sondern auch einen Wandel hinsichtlich Einstellungen und Verhaltensweisen registrieren, sodass die Gesamtwirkung eingeschätzt werden kann.

Lokale Gemeinschaften können auch eine gute Quelle für Boten, Vorbilder, Influencer oder Personen sein, die zu gegenläufigen oder alternativen Narrativen beitragen. Ihre Nähe zur Zielgruppe, ihre Glaubwürdigkeit als lokale Stimme und ihre Möglichkeit, emotional über lokale Probleme zu sprechen, machen sie authentisch, was dazu beiträgt, dass Botschaften ankommen und in Erinnerung bleiben – was entscheidend ist, um hinsichtlich Einstellungen und Verhalten einen Wandel zu bewirken. Geht es um Vorbilder, können sich Zielgruppen mit Personen vom selben Ort häufig besser identifizieren, da sie deren Botschaften und Erfahrungen auf ihr eigenes Leben beziehen können, was Verhaltensänderungen unterstützt. Lokale Persönlichkeiten, etwa YouTube-Vlogger aus demselben Gebiet, Mitglieder des örtlichen Fußballteams oder der Imam der örtlichen Moschee, können sich aus verschiedenen Gründen besser in die Zielgruppe hineinversetzen und umgekehrt. Für ein gegenläufiges oder alternatives Narrativ bietet es sich an, dass sie ihre eigene Geschichte erzählen und von ihren eigenen Erfahrungen berichten – lokale Stimmen können möglicherweise Beispiele dafür liefern, wie schwierige Situationen gelöst, die Ursachen von Unmut beseitigt oder Radikalisierungsversuchen von Extremisten widerstanden werden kann. Dies fördert bei der Zielgruppe Empathie, Selbstvertrauen und andere Resilienzfaktoren.

Top-Empfehlung: Lokale Gemeinschaften führen auf natürliche Weise zu Resilienz. Nutzen Sie für Ihre Kampagne gezielt Angebote und Einrichtungen, die in der Gemeinschaft bereits etabliert sind (Jugendgruppen, Schulen, Gotteshäuser), um wirksame Handlungsaufträge zu formulieren. Durch Zusammenarbeit mit lokalen Gemeinschaften finden Sie außerdem die richtigen Boten für Ihr gegenläufiges oder alternatives Narrativ.

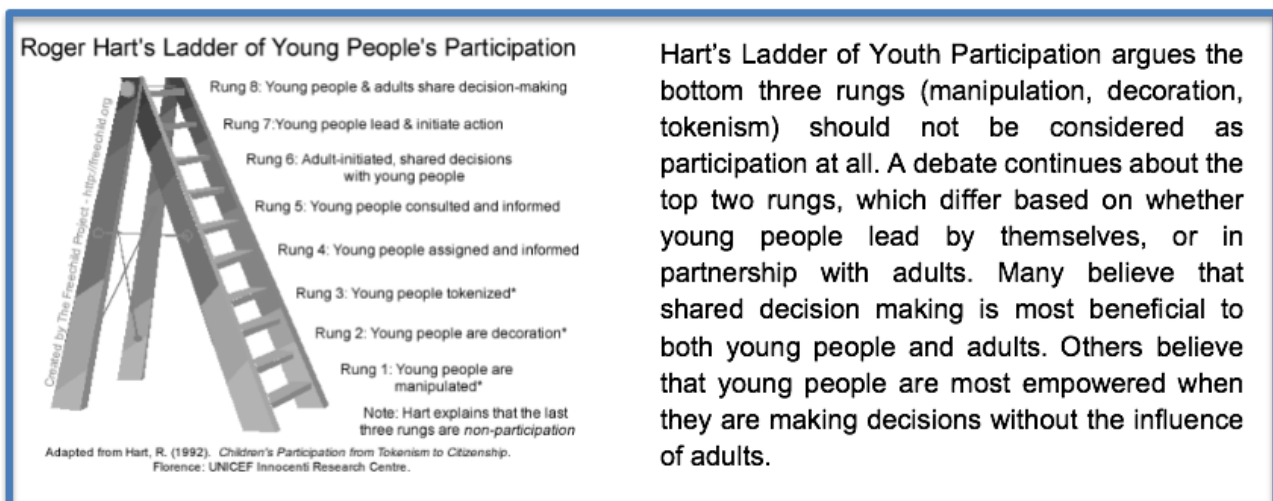


Darüber hinaus lässt sich sagen, dass informelle Akteure, wie Familienmitglieder, Gleichaltrige, Trainer im Sportverein, die als „Interessengruppen ohne formelles Mandat für CVE und ohne formelle Beziehung zu

staatlichen Stellen“<sup>(9)</sup> definiert sind, nur vor Ort gefunden werden können. Diese hyperlokalen Strukturen innerhalb des Umfelds Ihrer Zielgruppe sollten unbedingt genutzt werden, um eine Wirkung zu erzielen. Angesichts des Potenzials, das sie hinsichtlich gegenläufigen und alternativen Narrativen aufweisen, müssen lokale Milieus stärker einbezogen und die Zusammenarbeit mit ihren Vertretern ausgeweitet werden. Der nächste Abschnitt dieses Papiers konzentriert sich auf die am besten geeigneten Möglichkeiten, mit lokalen Gemeinschaften in Kontakt zu treten, um wirksame gegenläufige oder alternative Narrative zu entwickeln.

### **Entwicklung gegenläufiger und alternativer Narrative gemeinsam mit lokalen Gemeinschaften**

Das bahnbrechende Jugendbeteiligungsmodell von Soziologe Roger Hart} „[Die Partizipationsleiter](#)“ aus seinem Bericht, *Children's participation: The theory and practice of involving young citizens in community development and environmental care*, den er 1997 für UNICEF verfasste, liefert auch einen sinnvollen Rahmen, um bei Kommunikationsansätzen auf lokale Gemeinschaften zuzugehen.



In der Praxis bedeutet dies, dass Praktiker an vorderster Front, Kampagnenmanager, lokale CVE-Koordinatoren und politische Entscheidungsträger, die alle das Interesse haben könnten, mit lokalen Gemeinschaften an gegenläufigen oder alternativen Narrativen zu arbeiten, die Art der Zusammenarbeit berücksichtigen sollten. Interessengruppen sind womöglich der Ansicht, dass Stimmen aus der lokalen Gemeinschaft die Botschaft einer Kampagne am besten vertreten können. Diese Personen ausschließlich als Boten zu behandeln, beschränkt sie aber unter Umständen auf die Sprossen 1–4 von Harts Leiter. Stattdessen sei empfohlen, dass lokale Gemeinschaften weiter in die Entwicklung von gegenläufigen und alternativen Narrativen einbezogen und durch Ansätze für den Aufbau von Kompetenzen dazu befähigt werden, die Entwicklung dieser Kommunikation selbst anzuleiten und so Sprosse 8 der Leiter zu besteigen.

Ausgehend vom Prinzip „Keinen Schaden anrichten“ ist genau zu bedenken, wie während der CVE-Arbeit eine Stigmatisierung der Gemeinschaften verhindert wird, insbesondere dann, wenn die Arbeit kommunikationsbasiert und auf gegenläufige und alternative Narrative ausgerichtet ist. Stigmatisierung kann vor allem dann auftreten, wenn eine Gemeinschaft auf einen bestimmten Aspekt reduziert wird. Kommunikationspraktiker könnten unbeabsichtigt zu einem Narrativ der Art „Wir gegen sie“ beitragen, wenn

<sup>(9)</sup> Treffen der Arbeitsgruppe RAN C&N, Helsinki, 20. September 2018.



sie sich auf eine sehr schmale Zielgruppe konzentrieren, nicht verständnisvoll und empathisch handeln oder nicht über Risiken und deren Abmilderung nachdenken. Im gleichen Zusammenhang besteht die Gefahr, dass die Glaubwürdigkeit lokaler Interessengruppen innerhalb der Gemeinschaften beeinträchtigt wird oder dass die Beziehung zwischen lokalen Interessengruppen und unseren/ihren Zielgruppen Schaden nimmt, wenn dies nicht sorgfältig vermieden wird. Und wenn die Beziehung zwischen Interessengruppen der lokalen Gemeinschaft nicht priorisiert und bei der Entwicklung gegenläufiger und alternativer Narrative nicht angemessen behandelt wird, könnten Kommunikationspraktiker den Unmut von Personen unbeabsichtigt verstärken und letztendlich eine negative statt einer positiven Wirkung erzielen. Im schlimmsten Fall könnte dies Radikalisierung wahrscheinlicher anstatt unwahrscheinlicher machen und kontraproduktiv sein.

Top-Empfehlung: Priorisieren Sie den Aufbau bedeutsamer, vertrauensvoller Beziehungen mit lokalen Gemeinschaften, um keinen Schaden zu verursachen. Vermeiden Sie sorgfältig Stigmatisierung und streben Sie wie in Harts Modell beschrieben an, Entscheidungen gemeinsam mit Interessengruppen der lokalen Gemeinschaft zu treffen.

Über die Risiken hinaus, die durch potenzielle Stigmatisierung aufgrund der Beteiligung an der Entwicklung gegenläufiger und alternativer Narrative entstehen, sollten auch weitere Risiken bedacht werden. Im Interesse staatlicher Stellen ist es insbesondere, lokale Personen oder Vereinigungen sorgfältig zu überprüfen, bevor sie auf sie zugehen, mit ihnen zusammenzuarbeiten oder ihnen Geldmittel zur Verfügung stellen, damit nicht unbeabsichtigt Extremisten oder andere Personen unterstützt werden, die unserer staatlichen Ordnung entgegenstehen oder infolge der Unterstützung auf andere Weise einen politischen Eklat bewirken könnten. Das gleiche gilt für andere Interessengruppen, die die unbeabsichtigten negativen Konsequenzen von gegenläufigen und alternativen Narrativen bedenken sollten, die sich aus der Wahl unpassender Partner ergeben.

Um die Risiken dieser Ansätze zu minimieren, müssen solche Beziehungen zwischen verschiedenen Interessengruppen und lokalen Gemeinschaften folglich auf Vertrauen basieren. Für effektive Zusammenarbeit und die gemeinsame Entwicklung gegenläufiger und alternativer Narrative ist eine Basis aus gemeinsamen Werten, Interessen und Zielen notwendig.

### ***Von inspirierenden Praktiken lernen***

#### **Jamal al-Khatib (AT)**

[Die Kampagne Jamal al-Khatib liefert ein Beispiel für eine bewährte Praktik](#), die in einer Kampagne für ein mit lokalen Gemeinschaften entwickeltes alternatives Narrativ zur Anwendung kam. Durch dieses Projekt sollten hauptsächlich authentische alternative Narrative geliefert werden, um dschihadistische Propaganda und Ideologie durch „Online-Streetwork“ und biografische Arbeit zu bekämpfen. Die Zielgruppe besteht in jungen Menschen, die anfällig für Extremismus oder Mitglieder extremistischer Vereinigungen sind oder aber der Präventionsarbeit offen gegenüberstehen. Entwickelt von der NRO „Turn – Association for the prevention of violence and extremism“, einem Netzwerk von Jugendarbeitern, Filmemachern, Islamwissenschaftlern, jungen Muslimen sowie Nicht-Muslimen und ehemaligen Extremisten, behandelt diese Kampagne die Geschichte von Jamal al-Khatib, einem jungen Häftling, der die dschihadistische Subkultur in Österreich verließ und nun anderen helfen möchte, die sich in einem extremistischen Umfeld befinden.

Vor diesem Hintergrund kamen in dem Projekt einige verschiedene Personen mit dem gleichen Ziel zusammen: Jugendarbeiter, Islamwissenschaftler, Filmemacher, Digitalmanager und verschiedene junge Menschen mit muslimischem Hintergrund, die sich gegen dschihadistischen Fanatismus und Gewaltbereitschaft positionieren wollten. Einige dieser jungen Menschen sind selbst ehemalige Mitglieder der dschihadistischen Bewegung und lieferten zusätzliche Inhalte, die direkt auf ihren eigenen Erfahrungen basieren.



Die Figur Jamal al-Khatib wurde entworfen, um verschiedene biografische Episoden junger Menschen in einem einzigen Narrativ zu vereinigen. Anstatt ein Buch zu schreiben, entschied man sich bei Turn für das Drehen von Kurzfilmen, um sich extremistischer Propaganda dort entgegenzustellen, wo sie am intensivsten verbreitet wird – im Internet. Im Rahmen von biografischen Narrativen, Interviews, Texten und gemeinsam verfassten Drehbüchern reflektieren die Jugendlichen und jungen Erwachsenen über ihr eigenes Leben und die Situation junger Muslime im Allgemeinen. Indem sie für sich selbst sprechen und offen über ihre Erfahrungen und Gedanken diskutieren, erreichen sie eine Authentizität, die ohne diese Beiträge nicht möglich gewesen wäre, und somit auch eine deutlich größere Wirkung beim Zielpublikum. Zusammen mit den neun jungen Menschen reflektierte das Team über die biografischen Texte, adaptierten sie zu Drehbüchern, drehten die Filme, veröffentlichten sie in verschiedenen sozialen Netzwerken und führten dort eine vielschichtige Diskussion mit den Zielgruppen.

Turn bezeichnet diesen Ansatz als „Online-Streetwork“: Mit herkömmlicher Sozialarbeit sollen schwer erreichbare Teile potenzieller Zielgruppen angesprochen werden, und Online-Streetwork überträgt diesen Ansatz auf das Internet, da virtuelle Umgebungen in der Lebensrealität heutiger Jugendlicher einen wichtigen Aspekt darstellen. Um dies zu verwirklichen, arbeitete man in der Kampagne Jamal al-Khatib mit jungen Menschen, die die dschihadistische Subkultur verlassen haben, sowie mit anderen Jugendlichen mit muslimischem Hintergrund zusammen, die aktiv in das Projekt und die Erstellung der Inhalte eingebunden wurden – sie nahmen regelmäßig an Teambesprechungen sowie an der Filmproduktion und der Bereitstellung im Internet teil. Dies bedeutete, dass gegenseitige Rückmeldungen zwischen den lokalen Gemeinschaften und Vertretern der Zielgruppe konstant Bestandteil des Projekts waren, sodass man stetig auf Ideen und Kritik eingehen konnte. Zudem sind die Videos von Turn nach wie vor online verfügbar, damit CVE-Praktiker frei darauf zugreifen können. Mehrere Praktiker nutzen die Filme bereits, auch in Schulen.

### **Families Matter (UK)**

[Die Kampagne „Families Matter“](#) wird von der britischen Wohltätigkeitsorganisation Families Against Stress and Trauma (FAST) durchgeführt. Während des Höhepunkts des „Phänomens ausländischer Kämpfer“ reisten hunderte Briten in Konfliktgebiete, hauptsächlich nach Syrien und in den Irak, wo sie entweder starben oder verschollen sind und wahrscheinlich nicht zurückkehren werden – zurück bleiben trauernde Familien mit unbeantworteten Fragen. Zu diesem Zeitpunkt entschied man sich bei FAST, eine Kampagne zu starten, um zusätzlich zur sonstigen Arbeit auch Familien zu unterstützen, die mit Problemen dieser Art zu kämpfen haben. FAST ist in lokalen Gemeinschaften aktiv und bietet Beratung für Menschen, die von Radikalisierung



betroffen sind. Diese Kampagne sollte auf die Risiken der Radikalisierung und Online-Anwerbung aufmerksam machen, damit Familien selbst eingreifen und Resilienz aufbauen können. Diese Kampagne konzentrierte sich auf die emotionalen Auswirkungen auf Familien und verhalf Familienmitgliedern zu den Kenntnissen und dem Selbstvertrauen, um Radikalisierung erkennen und abwenden zu können. Sie umfasste einen Kampagnenfilm, eine Website, Bildungsressourcen, eine Reihe von Offline-Workshops in wichtigen lokalen Gebieten sowie Öffentlichkeitsarbeit im Rahmen einer Veranstaltung, die zum Start der Kampagne mit Unterstützung des Innenministeriums des Vereinigten Königreichs stattfand.



Durch enge Zusammenarbeit mit den Betroffenen vor Ort konnte FAST gegenseitiges Vertrauen zu diesen Familien aufbauen, und einige entschlossen sich dazu, in dieser Kampagne ihre Erlebnisse zu schildern. Die Kampagne „Family Matters“ wurde, zusammen mit der Folgekampagne „Spot the Signs“, zu einer tragenden Säule der FAST-Workshops, die sich an Eltern aus der

lokalen Umgebung richten, die von Radikalisierung betroffen sind. Über eine Viertelmillion Menschen haben den Kampagnenfilm bis heute gesehen, und der Online-Leitfaden wurde von tausenden Eltern gelesen. Rückmeldungen von gefährdeten Familienmitgliedern zeigten, dass die Kampagne diesen dabei half, im Kreis der Familie über dieses schwierige Thema zu sprechen.

## Schlussfolgerung

Dieses Themenpapier zeigt die Vorteile auf, die das Einbeziehen lokaler Gemeinschaften in die Entwicklung gegenläufiger und alternativer Narrative mit sich bringt. Für beinahe jeden Aspekt des GAMMA+-Modells schafft ein solcher Einbezug einen Mehrwert. Wie gezeigt ist dies nicht auf CVE beschränkt, sondern stellt bei jeder Art der Kommunikation einen wichtigen Aspekt dar. Vieles ist jedoch leichter gesagt als getan, und die praktische Umsetzung ist häufig mit Problemen verbunden. Daher werden in diesem Papier Empfehlungen ausgesprochen, um Praktiker an vorderster Front anzuleiten, und es werden Fallstudien genannt, um Denkanstöße für zukünftige Projekte zu liefern.