

28.08.2023

ABSCHLUSSBERICHT

Treffen der Arbeitsgruppe RAN C&N

13.–14. Juni 2023, Berlin

Präventionskampagnen, die persönliche Erfahrungen von Opfern, Überlebenden und ehemaligen ExtremistInnen einbeziehen

Wesentliche Ergebnisse

Zwei Schlüsselgruppen, die häufig als glaubwürdige VermittlerInnen für Kampagnen zur Prävention und Bekämpfung des gewaltbereiten Extremismus (P/CVE) betrachtet werden, sind ehemalige ExtremistInnen, die sich von radikalen Ideologien gelöst haben ⁽¹⁾, sowie Opfer und Überlebende des Terrorismus, die die Folgen extremistischer Gewalt direkt erlebt haben. Im Mittelpunkt des Treffens stand die große Wirkung, die Erfahrungsberichte von Opfern/Überlebenden und AussteigerInnen haben können. Diese können (beispielsweise bei gefährdeten Personen) eine Meinungsänderung bewirken und durch ihre Teilnahme an Präventionskampagnen neue Perspektiven aufzeigen.

Am 13. und 14. Juni 2023 trafen sich P/CVE-PraktikerInnen mit Erfahrung in der Präventionsarbeit, Opfer/Überlebende des Terrorismus, ExpertInnen für Ausstiegsarbeit und ehemalige ExtremistInnen in Berlin, um über dieses Thema zu diskutieren. Die Agenda sah ausreichend Zeit für ein gegenseitiges Kennenlernen der Teilnehmenden vor, was angesichts dieses sensiblen Themas besonders wichtig war. Am ersten Tag wurden die Teilnehmenden in drei Gruppen aufgeteilt, um sich zunächst innerhalb ihrer eigenen „Gemeinschaft“ austauschen zu können: P/CVE-PraktikerInnen und KampagnenmitarbeiterInnen, Opfer und Überlebende des Terrorismus sowie AussteigerInnen und ExpertInnen für Ausstiegsarbeit. Am zweiten Tag durften alle Teilnehmenden in einer intensiven interaktiven Gruppenübung einen Beitrag zur Aufstellung der Handlungsempfehlungen sowie der offenen Fragen zu folgenden vier Unterthemen leisten: Einbeziehung von Opfern/Überlebenden UND AussteigerInnen, Überlegungen zur Ethik, Umgang mit Medien/Öffentlichkeit sowie Ratschläge für politische EntscheidungsträgerInnen.

Die wesentlichen Ergebnisse des Treffens sind folgende:

⁽¹⁾ Als Hintergrund: Es gibt neue Forschungsarbeiten, die den Nutzen der Arbeit mit AussteigerInnen in P/CVE-Gegennarrativkampagnen in Frage stellen, insbesondere deren Glaubwürdigkeit. Siehe beispielsweise diese aktuelle experimentelle Studie: Koehler, D., Clubb, G., Bélanger, J. J., Becker, M. H. und Williams, M. J. (2023). Don't kill the messenger: Perceived credibility of far-right former extremists and police officers in P/CVE communication. *Studies in Conflict & Terrorism*. <https://doi.org/10.1080/1057610X.2023.2166000>.

Einschränkend sollte angemerkt werden, dass die anwesenden PraktikerInnen auf dem Treffen widersprüchliche Meinungen über die Ergebnisse dieser Studie und ihre Anwendbarkeit auf das vorliegende Thema vertraten.

- Es sollte eine angemessene **Risikobewertung** durchgeführt werden. Auch die Risiken, die mit der Zusammenführung von AussteigerInnen und Opfern/Überlebenden (falls Teil der Strategie) verbunden sind, sollten abgewägt werden.
- Bei der Entwicklung von Kampagnen sollte mit **geeigneten PartnerInnen** zusammengearbeitet werden. Möglich ist die Einbeziehung von ExpertInnen für Ausstiegsarbeit, KommunikationsstrategInnen, Opferorganisationen, Fachleuten für psychische Gesundheit und WissenschaftlerInnen.
- Wichtig für Opfer/Überlebende und AussteigerInnen ist **Selbstreflexion und die Abwägung möglicher Risiken und (negativer) Folgen** der Teilnahme an einer Kampagne, bevor sie sich für oder gegen eine Teilnahme entscheiden.
- Die **Fürsorgepflicht** endet nicht mit Abschluss einer Kampagne. Im Rahmen der **Kampagnennachsorge** sollte versucht werden, die Auswirkungen der Kampagne für die Beteiligten abzumildern, sensibel auf die Bedürfnisse und Möglichkeiten einer Person einzugehen und über die Zeit der Kampagne hinaus zu denken.
- Eine gemeinsame Kampagne, die **AussteigerInnen UND Opfer/Überlebende einbezieht**, kann ein **umfassenderes Bild** zeigen, ist aber nicht immer notwendig oder ratsam.
- Opfer/Überlebende und AussteigerInnen sollten **nicht instrumentalisiert** werden. Die Mitglieder beider Gruppen sollten als Menschen gesehen werden. Opfer/Überlebende oder AussteigerInnen sollten nicht dazu gezwungen werden, ihre Geschichte auf eine Weise zu erzählen, die ihnen unangenehm ist.
- **Opfer/Überlebende und AussteigerInnen sollten nicht als „Superstars“ oder „HeldInnen“ dargestellt werden.**
- Offene Fragen, die einer weiteren Erörterung bedürfen, sind:
 - Wer entscheidet, ob AussteigerInnen **„bereit“ sind, an einer Kampagne teilzunehmen**, und ob Opfer/Überlebende bereit sind, ihre Geschichte zu erzählen, ohne sich unter Umständen selbst zu schädigen? Und wie ist es möglich, das zu „messen“?
 - Sollten AussteigerInnen und Opfer eine **finanzielle Entschädigung** dafür erhalten, dass sie an einer Kampagne teilnehmen bzw. sich im Rahmen einer Kampagne äußern?
 - **Kann die Teilnahme** an Kampagnen (im medialen oder schulischen Kontext) den individuellen und/oder kollektiven **Verarbeitungsprozess unterstützen?**

Im Folgenden wird zunächst auf die Kernpunkte der Diskussionen eingegangen, die während der verschiedenen Phasen des zweitägigen Treffens stattfanden. Anschließend werden die Handlungsempfehlungen sowie die noch offenen Fragen vorgestellt. Der Bericht schließt mit Vorschlägen für Folgethemen, die sich aus den Resultaten dieses Treffens ergeben.

Kernpunkte der Diskussion

Zunächst einmal ist anzumerken, dass die Teilnehmenden eine relativ heterogene Gruppe bildeten. In der Gruppe der AussteigerInnen reichte das Spektrum von ehemaligen Mitgliedern der rechtsextremen Szene bis hin zu Menschen mit IRA-Hintergrund. Auch in der Gruppe der Opfer/Überlebenden hatten die Anwesenden einen unterschiedlichen Hintergrund und unterschiedliche Erfahrungen. Diese Gruppen sollten nicht als „repräsentativ“ für alle Opfer/Überlebenden und alle AussteigerInnen in der EU betrachtet werden. Die erzielten Ergebnisse spiegeln den Inhalt der Diskussionen auf dem Treffen wider und geben kein verifiziertes, repräsentatives Bild ab.

Ein weiterer Hinweis: Wenn in diesem Dokument von „Opfern/Überlebenden“ des Terrorismus gesprochen wird, sind alle Menschen gemeint, deren Leben sich durch einen Terroranschlag verändert haben, weil sie einen psychischen oder körperlichen Schaden erlitten oder einen nahestehenden Menschen verloren haben. Auch ErsthelferInnen gehören zu dieser Gruppe. Es handelt es sich um eine recht weit gefasste Definition dieses Begriffs, die Raum dafür lässt, wie Menschen ihren eigenen Status wahrnehmen. Für den Begriff „AussteigerIn“ gibt es unterschiedliche Definitionen, sodass es zum Teil von den jeweiligen Umständen abhängt, was eine(n) „AussteigerIn“ ausmacht. Die Voraussetzungen, um als AussteigerIn eingestuft zu werden, können in den einzelnen EU-Mitgliedstaaten und beispielsweise im Zusammenhang mit einer Intervention unterschiedlich sein. Die in diesem Abschlussbericht genannten Punkte können als Orientierungshilfe dienen. Sie haben jedoch nicht den Anspruch, die einzig gültigen Kriterien zu sein, die erfüllt sein müssen, um als AussteigerIn zu gelten.

Indem man die Teilnehmenden in drei Untergruppen aufteilte, wurde das Thema des Treffens aus drei verschiedenen Perspektiven erörtert: die Perspektive der ExpertInnen für strategische Kommunikation und P/CVE-PraktikerInnen, die Perspektive der ehemaligen ExtremistInnen und der ExpertInnen für Ausstiegsarbeit sowie die Perspektive der Opfer/Überlebenden des Terrorismus.

1. Die Perspektive der ExpertInnen für strategische Kommunikation und P/CVE-PraktikerInnen

In dieser Untergruppe wurden das Konzept und die starke Wirkung von Geschichten erörtert. Als Einführung fand zunächst eine Präsentation statt. Storytelling, also das Erzählen von Geschichten, ist sehr effektiv, um auf Menschen Einfluss zu nehmen, und eignet sich daher auch als wichtiges Instrument für die P/CVE-Arbeit. Die Macht von Geschichten steht auch im Mittelpunkt der (strategischen) Kommunikation: „(...) strategische Kommunikation leistet hier einen wesentlichen Beitrag, (...) weil (...) wir in einer Welt von Bedeutungen, Geschichten, Emotionen, Interpretationen, Ängsten und Hoffnungen leben, und diese der Stoff sind, aus dem Kommunikation gemacht ist.“⁽²⁾.

Was ist *strategische Kommunikation*?

Das Europäische Netzwerk für Strategische Kommunikation (ESCN) war ein von der Europäischen Kommission finanziertes Netzwerk aus EU-Ländern, die von 2015 bis 2019 Analysen, bewährte Praktiken und Ideen zum nachhaltigen Einsatz strategischer Kommunikation bei der Bekämpfung von gewaltbereitem Extremismus austauschten. Laut Definition des ESCN ist strategische Kommunikation „ein Mittel zur Beeinflussung von Einstellungen und Verhaltensweisen durch den Einsatz von Kommunikation; sie zielt darauf ab, durch Kommunikationsaktivitäten eine strategische Wirkung zu erzielen. Mit anderen Worten: Es geht darum, was zu wem auf welche Weise gesagt werden muss, um die gewünschte strategische Wirkung zu erzielen.“ Elemente der strategischen Kommunikation sind:

- ❖ Botschaft/Geschichte: Was soll vermittelt werden?
- ❖ Zielgruppe: Wem soll es vermittelt werden?
- ❖ Medium & VermittlerInnen: Wie muss es vermittelt werden?
- ❖ Ziel und Handlungsaufforderung: Welche Wirkung soll erzielt werden?

Der Bedarf an strategischer Kommunikation in der P/CVE-Arbeit wächst. Die Präsentation zeigte, dass im Laufe der letzten Jahrhunderte der kommunikative Effekt bei Terroranschlägen in der westlichen Welt zugenommen hat. Im Folgenden werden Beispiele zur Veranschaulichung aufgeführt, die keinen Anspruch auf Vollständigkeit erheben:

- Bei dem Anschlag auf israelische Sportler durch palästinensische TerroristInnen während der Olympischen Spiele 1972 in München bestand das Ziel darin, Verhandlungen mit dem israelischen Staat zu erzwingen. Die Medien wurden von den TerroristInnen genutzt, hatten aber eine nur sehr begrenzte Reichweite, und die Ausstrahlung war auf bestimmte geografische Gebiete beschränkt.
- Bei den Anschlägen vom 11. September 2001 stellte sich die Situation anders dar. Die TerroristInnen bemühten sich nicht um Verhandlungen und das Bedürfnis nach medialer Präsenz änderte sich drastisch. Mit den Anschlägen sollte Macht demonstriert, getötet und zerstört werden. Da sie viele Menschen töteten, prägten sich die Anschläge langfristig in das kollektive Gedächtnis der USA ein.
- Mit den Anschlägen in London im Jahr 2005 traten die Opfer in ein neues Verhältnis zur Sichtbarkeit von Terroranschlägen. Hier war die Auswahl der Opfer noch zufälliger: *Jeder* hätte sich zu diesem Zeitpunkt in der U-Bahn aufhalten können. Darüber hinaus befanden sich die ausgewählten Ziele unter der Erde und waren für die Medien nicht zugänglich. Die Medien mussten sich daher auf eine neuartige Informationsquelle stützen:

⁽²⁾ Siehe: <https://www.chathamhouse.org/sites/default/files/r0911stratcomms.pdf>.

Fotos und Videos, die von den Opfern selbst stammten. Auf diese Weise wurden die Opfer unfreiwillig zu „BotInnen“ der TerroristInnen.

- In Paris wurden im November 2015 130 Menschen getötet. Die TerroristInnen griffen BürgerInnen im Alltag an (in Bars und Restaurants, in einem Fußballstadion und auf einem Rockkonzert). Indem er auf der Straße zuschlug, zeigte der IS, dass jeder Mensch überall und jederzeit zum Opfer werden kann.

Der kommunikative Effekt der Anschläge – die Verbreitung von Angst und Hass – hat sich mit der Zeit verstärkt. Immer mehr Menschen fühlen sich wegen der Angriffe auf „weiche Ziele“ als Opfer („das hätte auch mich treffen können“). Durch Livestreaming und Social-Media-Posts vergrößern die TäterInnen, aber auch die Opfer die Reichweite der ExtremistInnen noch stärker (zum Beispiel beim Anschlag in Christchurch 2019). Mit anderen Worten: Der Missbrauch von Emotionen und ihr Einsatz als Waffe ist für ExtremistInnen Teil des Plans. Deshalb ist es für die strategische Kommunikation sinnvoll, ebenfalls bei den Emotionen der Menschen anzusetzen. Damit lässt sich ein Ausgleich schaffen und der Fokus weg von den TäterInnen und dem Konflikt hin zum Opfer und zur Empathie verlagern.

Nach Ansicht des emeritierten Professors Barry Richards ist eine emotionale Steuerung notwendig ⁽³⁾. Bei dieser Art der Steuerung wird der emotionalen Dynamik in der Öffentlichkeit bewusst und auf differenzierte Weise Aufmerksamkeit geschenkt. Das Wissen um kollektive Emotionen kann dazu beitragen, einige schädliche Formen ihrer Mobilisierung einzugrenzen und lebensbejahendere Formen anzuregen. Eine Kommunikationsstrategie ist dann erfolgreicher, wenn ein tiefergehendes Verständnis der emotionalen Dynamik in der Öffentlichkeit – das heißt die Art, die Verbreitung und die Stärke der beteiligten Emotionen – entwickelt wird. Notwendiger Bestandteil dieser Strategie ist die Analyse der in der Gesellschaft vorhandenen Emotionen und der gewünschten Veränderung. Um die emotionalen Ziele der Kommunikationsmaßnahmen zu definieren, müssen gesellschaftliche Emotionen eingeschätzt werden können. Die Reaktion auf die Anschläge von Christchurch kann als Beispiel für den Einsatz emotionaler Steuerung ⁽⁴⁾ angesehen werden. Sie zielte darauf ab, die Aufmerksamkeit vom Täter (indem er überhaupt nicht erwähnt wurde) auf die Opfer zu lenken. Im Anschluss an die Präsentation wurde die Rolle des Staates bei diesem Prozess erörtert. Emotionale Steuerung sollte sich nicht zu einer Form der emotionalen Manipulation auswachsen, daher ist hier Wachsamkeit geboten.

Die Einbeziehung von Opfern und Überlebenden ist wichtig, um ihre Perspektive zu vermitteln und ein Bewusstsein für ihre Bedürfnisse zu schaffen. Sie verfügen über persönliche Erfahrungen, die auf authentische und zielgruppengerechte Weise kommuniziert werden können. Zudem besteht eine ernstzunehmende Fürsorgepflicht. So unterschiedlich sie auch sind – Opfer/Überlebende und AussteigerInnen durchlaufen ähnliche Verarbeitungs- und Heilungsprozesse, wenn auch aus unterschiedlichen Blickwinkeln. Der richtige Zeitpunkt ist entscheidend, damit jemand seine Geschichte erzählen kann. Natürlich sollte es auch respektiert werden, wenn Opfer/Überlebende oder AussteigerInnen ihre Geschichte überhaupt nicht erzählen wollen. Der beste/sicherste Zeitpunkt, über die eigenen Erfahrungen zu sprechen, ist von Person zu Person unterschiedlich. Um eine solche Entscheidung treffen zu können, ist eine angemessene Beratung der AussteigerInnen und Opfer/Überlebenden unerlässlich.

2. Opfer/Überlebende des Terrorismus: der Versuch zu verstehen durch den Kontakt zu AussteigerInnen

In kleiner Runde diskutierten Teilnehmende, die selbst Opfer oder Überlebende eines terroristischen Anschlags waren, was es für sie bedeuten würde, bei einer Präventionskampagne mit ehemaligen ExtremistInnen zusammenzuarbeiten. Die Diskussion konzentrierte sich schließlich auf die Möglichkeit, mit der für den erlittenen Anschlag verantwortlichen Person Kontakt aufzunehmen oder, falls das nicht möglich ist, mit anderen AussteigerInnen derselben Gruppe in Verbindung zu treten. Die anwesenden Opfer/Überlebenden berichteten über sehr unterschiedliche Erfahrungen, was einen Einblick in mögliche Formen des Umgangs mit dieser Frage vermittelte:

⁽³⁾ Richards, B. (2007). *Emotional governance: Politics, media and terror*. Palgrave Macmillan London.

⁽⁴⁾ Siehe zum Beispiel: <https://www.ecu.edu.au/newsroom/articles/opinion/good-communication-the-best-weapon-in-a-leaders-war-on-terror>.

- **Aufbau einer dauerhaften Verbindung zu den AussteigerInnen/TäterInnen:** Eines der Opfer schilderte seine persönlichen Erfahrungen mit dem Aufbau einer dauerhaften Verbindung zu der Person, die für den Terroranschlag verantwortlich war, bei dem sein Vater getötet worden war. Diese Person zu verstehen, Empathie zu zeigen und sie nicht zu dämonisieren, half ihm, seiner Geschichte etwas Positives zu verleihen. Opfer und TäterIn arbeiten nun häufig zusammen und berichten über ihre beeindruckende Geschichte.
- **Kontaktaufnahme ohne weitere Folgen:** Ein anderes Mitglied der Opfer/Überlebenden-Gruppe gab an, mit dem/der TäterIn Kontakt aufgenommen zu haben, was jedoch keine weiteren Folgen hatte. Dies war unter anderem darauf zurückzuführen, dass die betreffende Person nicht bereit war, die verübten Taten zuzugeben und Reue zu zeigen, sondern sie nach wie vor rechtfertigte. Der Grund für die Kontaktaufnahme war, den/die TäterIn dazu zu bringen, die Verantwortung für die Tat zu übernehmen, was schließlich auch geschah. Es folgten jedoch keine weiteren Gespräche.
- **Erwägung einer Kontaktaufnahme, doch Verweigerung durch Dritte:** In einem dritten Beispiel wurde von einem Fall berichtet, in dem ein Familienmitglied des/der TäterIn an Gruppengesprächen teilnehmen wollte, bei denen das Opfer bzw. der/die Überlebende anwesend war. Da diese Person ebenfalls als Risiko und mögliche Bedrohung eingestuft wurde, verweigerte der Sicherheitsdienst das Treffen aus Gründen der Sicherheit. In einem solchen Fall stellt sich die Frage, welche Folgen dies für Opfer/Überlebende hat, da ihnen die Wahlmöglichkeit genommen wird.

Ferner wurde die Frage aufgeworfen, was es *bedeutet*, mit AussteigerInnen/TäterInnen in Kontakt zu treten, und welche Auswirkungen dies haben kann.

- Ein wichtiger Aspekt und ein Grund für die Kontaktaufnahme ist das Bemühen, die Tat zu **verstehen**, denn das Verstehen kann für die Opfer/Überlebenden eine Möglichkeit sein, die Tat zu verarbeiten. Wenn die TäterInnen getötet wurden oder unbekannt sind, wird das allerdings erschwert.
- Einschränkend wurde in diesem Zusammenhang darauf hingewiesen, dass **verstehen nicht gleichbedeutend mit rechtfertigen ist**. Zu verstehen, das Menschliche zu sehen und nicht zu dämonisieren kann ein Weg zur Verarbeitung sein. Das bedeutet jedoch nicht, dass die Tat an sich als gerechtfertigt betrachtet wird.
- Ein weiterer Punkt betraf **Vergebung**. Es kann zwar hilfreich sein, TäterInnen zu vergeben, doch es ist nicht notwendig. Wenn Opfer/Überlebende nicht in der Lage sind, den TäterInnen zu verzeihen, sind sie deshalb keine schlechten Menschen. Doch es könnte ihnen schaden, sich weiterhin Rache zu wünschen. Den eigenen Hass loszulassen, sei es durch Vergebung oder durch Verständnis, ist deshalb eine Möglichkeit, das Geschehene zu verarbeiten.
 - Hierbei kann es eine Rolle spielen, ob die Opfer/Überlebenden bei dem Angriff persönlich anwesend waren oder ob es sich um Hinterbliebene (Freunde/Verwandte) eines (verstorbenen) Opfers handelt.
- Abschließend wurde darauf hingewiesen, dass die **Familie oder die Freunde von Opfern/Überlebenden möglicherweise nicht damit einverstanden sind**, dass diese sich mit den TäterInnen in Verbindung setzen. Auch wenn diese Verbindung sich möglicherweise positiv auf den eigenen Verarbeitungsprozess auswirkt, kann sie die Beziehungen zu Freunden oder Familienmitgliedern belasten. Dies sollte bei der Entscheidung über eine Kontaktaufnahme bedacht werden.

Für die Zielsetzung des Treffens sind die oben genannten Punkte von wesentlicher Bedeutung. Sie sollten berücksichtigt werden, wenn man in Erwägung zieht, Opfer/Überlebende UND AussteigerInnen in eine Präventionskampagne einzubeziehen, und die Bedürfnisse der Opfer/Überlebenden ernst nehmen will.

3. Ehemalige ExtremistInnen: sensibler Umgang mit der persönlichen Geschichte

In der dritten Gruppe diskutierten ehemalige ExtremistInnen und ExpertInnen für Ausstiegsarbeit, wie AussteigerInnen in Präventionskampagnen eingebunden werden können und welche Herausforderungen damit verbunden sind. In der Präsentation eines Teilnehmenden dieser Gruppe wurden zunächst allgemeine Erkenntnisse zur Arbeit mit AussteigerInnen in Präventionskampagnen vorgestellt:

- Es gibt verschiedene Bereiche, innerhalb derer Kampagnen durchgeführt werden können: der private, der halb-öffentliche und der öffentliche Raum. Jeder hat andere Implikationen. Vor allem im öffentlichen Bereich sollte man sich darüber im Klaren sein, dass man nicht mehr die Deutungshoheit über seine Geschichte hat, wenn

man sie teilt. Sie wird von anderen interpretiert und vielleicht in einer Weise verbreitet, die nicht beabsichtigt war.

- Zudem gibt es verschiedene Möglichkeiten, wie sich AussteigerInnen an einer Kampagne beteiligen können: nach außen hin sichtbar, teilweise sichtbar oder nicht sichtbar (anonym). Nicht immer ist es notwendig, dass AussteigerInnen sich nach außen hin sichtbar an einer Kampagne beteiligen. Sie können auch zur Gestaltung, zur Zielgruppenansprache oder zur Ideenentwicklung beitragen und aufgrund ihrer persönlichen Erfahrung im Hintergrund zum Erfolg beitragen.
- Darüber hinaus gibt es für eine Kampagne verschiedene Zielgruppen (die auch vom Bereich der Durchführung abhängen können), beispielsweise die allgemeine Öffentlichkeit, Schulen oder Fachpublikum. Verschiedene Zielgruppen können eine emotionale Geschichte auf unterschiedliche Weise interpretieren. Ein entsprechendes Bewusstsein sollte vorhanden sein.
- Was die Erfahrungsberichte angeht, ist es wichtig, dass diese eine Moral haben – es reicht nicht aus, einfach über die eigenen Erfahrungen zu sprechen. Außerdem sollte die Geschichte über die individuelle Ebene hinausgehen. Was möchten Sie den Menschen mit auf den Weg geben, wenn Sie die Geschichte erzählen?
- Zum Thema Fürsorgepflicht: Auch wenn die Kampagne ein Ende hat – das Leben der beteiligten Menschen geht weiter. Deshalb ist es wichtig, auch die Nachsorge der Kampagnenteilnehmenden im Auge zu behalten.

Anschließend erörterten die Teilnehmenden verschiedene Herausforderungen, die sich aus den oben aufgeführten Erkenntnissen ergeben:

- Es sollte gewährleistet sein, dass AussteigerInnen in den Medien angemessen dargestellt und Sensationsmeldungen vermieden werden. Zum Beispiel, indem man nur mit JournalistInnen oder PartnerInnen zusammenarbeitet, die man kennt. Vertrauen ist hier ein wichtiger Faktor.
- Von AussteigerInnen wird bei Präventionskampagnen erwartet, dass sie mit der Zielgruppe ihres früheren Umfelds in Verbindung stehen. Doch je länger sie ausgestiegen sind, desto stärker kann sich das Umfeld durch (potenzielle) neue/junge Mitglieder verändert haben. Mit anderen Worten: Diese verstehen die AussteigerInnen vielleicht nicht mehr.
- Die Stimme der schweigenden Mehrheit fehlt oft in Präventionskampagnen. Durch die Einbeziehung von AussteigerInnen oder TäterInnen wird nur ein Teil der Geschichte erzählt. Doch was ist mit den Stimmen von Menschen, die nicht als Opfer/Überlebende oder AussteigerIn involviert waren, aber dennoch eine Meinung haben, die vielleicht nuancierter und potenziell weniger polarisierend ist?
- InterviewerInnen wollen oft kurze, einfache Antworten. Diese sind jedoch nicht möglich, da der Radikalisierungsprozess zu komplex ist. Zwar muss die Geschichte einfach gehalten werden, doch dann besteht die Gefahr von Fehlinterpretationen. Die Realität ist immer komplexer als das, was in den Bericht aufgenommen werden kann. Die Menschen nehmen die Geschichte von AussteigerInnen so auf, als ob sie 100 % ihres Lebens ausmachen würde. Dabei ist sie oft nur ein Teil davon.
 - Zudem können Medien, die nach „alarmierenden“ oder „sensationellen“ Berichten suchen, sogar kontraproduktiv sein (beispielsweise kann eine Berichterstattung über die Gefahren des Ausstiegs aus einer extremistischen Gruppe manche Menschen davon abhalten, auszusteigen).
- Es ist schwierig, AussteigerInnen zu finden, die zu einem Gespräch (womöglich in der Öffentlichkeit) bereit sind. Selbst in der Anfangsphase besteht das Gefängnispersonal oder die Polizei oft darauf, aus Sicherheitsgründen an dem Gespräch teilzunehmen. Dieses Setting eignet sich für AussteigerInnen jedoch nicht unbedingt als geschützter Raum für ihren Bericht.

4. Reflexion

Nachdem die Frage der Einbeziehung von Opfern/Überlebenden und AussteigerInnen in Präventionskampagnen aus verschiedenen Perspektiven erörtert wurde, kam die Gruppe zur gemeinsamen Reflexion zusammen. Unter anderem wurde über folgende Aspekte gesprochen:

- Kampagnen, die AussteigerInnen und Opfer/Überlebende als „Heilige“ darstellen, die den Terrorismus auf magische Weise stoppen, sind potenziell schädlich. Sie sollten vermieden werden.
- Es ist wichtig zu reflektieren, *warum* AussteigerInnen oder Opfer/Überlebende an einer Kampagne teilnehmen sollen. Kann das zu vermittelnde Narrativ auch von einer anderen Person erzählt werden, und das mit dem

gleichen Effekt? Wenn AussteigerInnen und Opfer/Überlebende beteiligt sind, sollte das Ziel der Kampagne mit den Umsetzungsmethoden vereinbar sein. Darüber hinaus müssen sich Ziel und Umsetzung an den persönlichen Lebenserfahrungen der Betroffenen sowie ihren spezifischen Bedürfnissen orientieren.

- Seit 2011 spielen soziale Medien eine größere Rolle. Menschen, über die berichtet wird, hinterlassen dauerhaft einen digitalen Fußabdruck. Wenn sie immer wieder an ihre Vergangenheit erinnert werden, kann sich dies langfristig auswirken. Sind sie bereit, in den nächsten 20 bis 30 Jahren mit einem Stigma zu leben? Denn das könnte passieren, wenn sie an die Öffentlichkeit gehen.
- Es reicht nicht aus, eine Geschichte zu erzählen. Um ihre Wirkung zu entfalten, muss sie auch eine Moral haben. Die sich ändernde politische Landschaft hat einen Einfluss darauf, wie AussteigerInnen und Überlebende wahrgenommen werden. Es besteht die Gefahr, dass ihre Geschichten für ein bestimmtes politisches Narrativ instrumentalisiert werden.
- In der Kampagnenarbeit gibt es verschiedene Möglichkeiten der Interaktion und unterschiedliche Arten von Kampagnen: öffentliche Kampagnen, die (Online-)Medien nutzen, halböffentliche Kampagnen über gezieltere Kanäle sowie „private“ Kampagnen mit persönlicher Kommunikation, zum Beispiel im Bildungsbereich. Je stärker eine Geschichte in der Öffentlichkeit verbreitet wird, desto mehr ist sie Interpretationen und Auslegungen durch andere unterworfen. Daher sollten die Folgen der Veröffentlichung und die Sicherheit des/der „eigentlichen AutorIn“ bei dessen Teilnahme an einer öffentlichen Kampagne noch stärker berücksichtigt werden. Wer seine Geschichte teilt, sollte sich darüber im Klaren sein, dass er oder sie ab dem Moment der Veröffentlichung keine hundertprozentige Kontrolle mehr darüber hat.
- In gewisser Weise bleibt die Geschichte zwar immer die Geschichte der betreffenden Person, doch sobald sie publik wird, wird sie zum „Gemeinschaftseigentum“. Indem man sie teilt, hat man nicht mehr die volle Kontrolle. Andere können sie nutzen oder sogar missbrauchen. Es ist wichtig, sich diese Tatsache bewusst zu machen, bevor man an einer Kampagne teilnimmt oder anderweitig als AussteigerIn oder Opfer/Überlebende(r) in Erscheinung tritt. Bevor AussteigerInnen oder Opfer/Überlebende ihre Geschichte erzählen, sollten sie einen gewissen Abstand zu dem Geschehenen bzw. der Tat haben. Erst dann lassen sich die möglichen Folgen einer Kampagnenteilnahme abschätzen. Coaching oder Beratung durch Fachleute für psychische Gesundheit könnten bei dieser Entscheidung hilfreich sein.
- Die Perspektive, aus der jemand an einer Kampagne teilnimmt, sollte ermittelt und kritisch reflektiert werden: Manche Menschen sind opportunistisch und könnten ethisch bedenkliche Beweggründe für die Teilnahme an einer Kampagne haben.
- Da das Ziel von Präventionskampagnen meist darin besteht, Menschen davon abzuhalten, sich (gewalttätigen) extremistischen Gruppen anzuschließen, sollte die Wirkung dieser Kampagnen beobachtet und aus den Erfahrungen gelernt werden (Erreichen der Zielgruppe, Einbindung der Zielgruppe).
- Ein weiterer wichtiger Aspekt bei Erfahrungsberichten ist, dass die betreffende Person nicht nur ihre eigene Geschichte erzählt, sondern auch eine Vorbildfunktion für die Gruppe hat, die sie repräsentiert (zum Beispiel „Skinheads“ bei rechtsextremen AussteigerInnen). Bei der Teilnahme an Kampagnen geht es also um „mich“ und um „uns“.
- Werden diese Themen von einer gewinnorientierten Organisation aufbereitet, sind die genannten Risiken deutlich größer. In diesem Fall ist es noch wichtiger, die ethische Seite zu betrachten.
- Sprache und Formulierungen sind mit Emotionen aufgeladen. Das macht die Sache sehr komplex. Bei jedem Terroranschlag gibt es mehrere Opfer/Überlebende mit jeweils unterschiedlichen Ansichten. Deshalb sollte klar sein, dass man es bei der Arbeit in diesem Bereich nicht allen recht machen kann.

Handlungsempfehlungen

Am zweiten Tag des Treffens tauschten die Teilnehmenden ihre Ideen und Ansichten aus. Sie sammelten Handlungsempfehlungen zum Thema Einbeziehung von Opfern/Überlebenden und AussteigerInnen in Präventionskampagnen. Es fand ein Brainstorming zu folgenden vier Punkten statt: 1) Überlegungen zur Ethik, 2) Arbeit mit Opfern/Überlebenden UND AussteigerInnen, 3) Umgang mit den Medien/der Öffentlichkeit und 4) Ratschläge für politische EntscheidungsträgerInnen zur angemessenen Einbeziehung von Opfern/Überlebenden und AussteigerInnen. Neben den Handlungsempfehlungen kamen einige Fragen auf, die einer weiteren Erörterung und/oder Untersuchung bedürfen.

Empfehlenswert



Für die Kampagnenentwicklung

- ✓ Vermitteln Sie **die Kampagnenziele auf transparente Weise**. Alle Beteiligten sollten wissen, worum es geht und warum sie mitmachen (insbesondere AussteigerInnen und Opfer/Überlebende).
- ✓ **Setzen Sie realistische Ziele**. So wird verhindert, dass bei den Beteiligten Frustrationen entstehen und dass AussteigerInnen und Opfer/Überlebende als „ideale“ Lösung oder einziger Weg zum Erreichen dieser Ziele angesehen werden.
- ✓ **Arbeiten Sie mit den geeigneten Personen**. Ziehen Sie beispielsweise die Zusammenarbeit mit folgenden PartnerInnen in Betracht: ExpertInnen für Ausstiegsarbeit, KommunikationsstrategInnen, Opferorganisationen, Fachleute für psychische Gesundheit, WissenschaftlerInnen (um Theorie und Praxis miteinander zu verbinden).
- ✓ **Arbeiten Sie mit den Medien zusammen**, damit die Kampagne transparent und nachvollziehbar ist. Entwickeln Sie eine Medien- und Öffentlichkeitsstrategie. Falls erforderlich, sollten vertragliche Vereinbarungen zum Schutz der an der Kampagne beteiligten Personen getroffen werden.
- ✓ Führen Sie eine **Risikobewertung** und gegebenenfalls begleitende, fortlaufende Screenings durch. Auch die Risiken, die mit der Zusammenführung von AussteigerInnen und Opfern/Überlebenden verbunden sind (falls Teil der Strategie) sollten abgewägt werden.
- ✓ **Bereiten Sie die Teilnehmenden auf die Kampagne vor** (unabhängig davon, ob es sich um Opfer/Überlebende oder AussteigerInnen handelt). Sie sollten nach Möglichkeit **in die Planung einbezogen werden** und nicht nur in die Durchführung.
- ✓ Führen Sie **Schutzmaßnahmen und eine psychologische Betreuung** ein. Die über ihre Erfahrungen berichtenden Personen sollten als Menschen gesehen werden, beispielsweise indem AussteigerInnen eine zweite Chance erhalten und nicht wegen ihrer Vergangenheit verurteilt werden.
- ✓ **Stellen Sie die Nachsorge** der Opfer/Überlebenden und AussteigerInnen nach Abschluss der Kampagne **sicher**: Mögliche Nachwirkungen ihrer Beteiligung an Kampagnen sollten abgemildert werden; gehen Sie sensibel auf die Bedürfnisse und möglichen Folgen der Kampagne auf Opfer/Überlebende oder AussteigerInnen ein.
- ✓ Berücksichtigen Sie, wie das **Format der Kampagne** und das **gewählte Medium** die Interaktion mit und/oder zwischen AussteigerInnen und Opfern/Überlebenden einschränken kann (zum Beispiel eine Videobotschaft im Vergleich zu einer Präsenzveranstaltung im schulischen Setting).
- ✓ Gewährleisten Sie, dass die **Personen, die als „AussteigerInnen“ oder „Opfer/Überlebende“ dargestellt werden**, tatsächlich die sind, die sie zu sein vorgeben. Es sollte eine Überprüfung erfolgen, ob AussteigerInnen wirklich AussteigerInnen sind. Für die Einschätzung, **ob es sich bei einer Person tatsächlich um eine(n) AussteigerIn handelt**, können folgende Kriterien dienen:
 - Konsequente Gewaltfreiheit
 - Abkehr von der Ideologie
 - Verlassen der extremistischen Gruppe
 - Zeigen von Schuldbewusstsein (Reue)
 - Nachweisliche Wiedergutmachung
 - Art und Intensität der Verbindung zu den sozialen Netzwerken aus dem früheren Leben
- ✓ **Verwenden Sie präzise und eindeutige Formulierungen** für die vermittelnden Botschaften. In einer Präventionskampagne sind positive Botschaften (die beispielsweise bestimmte Werte oder Standpunkte vermitteln) weniger kompliziert als Botschaften, die sich gegen bestimmte Verhaltensweisen oder Überzeugungen richten.

Für Opfer/Überlebende und AussteigerInnen

- ✓ **Selbstreflexion und die Abwägung möglicher Risiken und (negativer) Folgen** der Teilnahme an einer Kampagne ist für Opfer/Überlebende und AussteigerInnen sehr wichtig, bevor sie sich für oder gegen eine Beteiligung entscheiden.
- ✓ **Seien Sie sich bewusst, dass sich Medien nie hundertprozentig kontrollieren lassen.** Eventuell wird in den Medien auf die Kampagne reagiert. Das gilt auch für die sozialen Medien. Es ist jedoch möglich, bestimmte Aspekte zu kontrollieren oder negative Folgen abzumildern:
 - Sorgen Sie noch vor Kampagnenstart für eine angemessene Vorbereitung, Planung, Risikoeinschätzung und Absicherung in Hinblick auf negative oder schädliche Schlagzeilen.
 - Informieren Sie die Opfer/Überlebenden und/oder AussteigerInnen über die langfristigen Folgen medialer Aufmerksamkeit.
 - Nutzen Sie das Medieninteresse, um die Kernaussagen Ihrer Botschaft zu vermitteln.
 - Ziehen Sie bei Interviewanfragen Live-Interviews in Betracht, um die nachträgliche Bearbeitung der Aufnahmen zu vermeiden.
 - Legen Sie eine begrenzte Anzahl von Sendungen fest, an denen die AussteigerInnen oder Opfer/Überlebenden teilnehmen sollen.

Für Kampagnen, die *sowohl* mit Opfern/Überlebenden *als auch* mit AussteigerInnen arbeiten

- ✓ Überlegen Sie, wie die gemeinsame Kampagne **für die beteiligten Opfer/Überlebenden und AussteigerInnen einen konstruktiven Charakter** erhalten kann, zum Beispiel durch ein Element wiedergutmachender Gerechtigkeit.
- ✓ **Geben Sie den Geschichten der Opfer/Überlebenden dasselbe Gewicht wie den Berichten der AussteigerInnen.** Die zeitliche Aufteilung zwischen den Kampagnenbeiträgen, in denen einerseits die Opfer/Überlebenden und andererseits die AussteigerInnen sprechen oder sichtbar sind, sollte ausgewogen sein. Es wäre auch zu überlegen, ob die teilnehmenden Opfer/Überlebenden nicht (in einem geschützten Rahmen) an der Auswahl der AussteigerInnen beteiligt werden sollten, mit denen sie in einer gemeinsamen Kampagne zusammenarbeiten.

Für die Politik

- ✓ **Als politische EntscheidungsträgerInnen** in diesem Bereich können Sie die **Ausarbeitung einer Mediencharta mit bewährten Praktiken** zum Schutz der Opfer/Überlebenden vor Übergriffen durch die Medien in Erwägung ziehen ⁽⁵⁾:
 - Leitfaden mit bewährten Praktiken für JournalistInnen (restaurativer Journalismus)
 - Informationen über konstruktiven, lösungsorientierten Journalismus
 - Zusammenarbeit mit den Medien
 - Abstecken des rechtlichen Rahmens: Was ist erlaubt/nicht erlaubt?
- ✓ Aus politischer Sicht ist es von entscheidender Bedeutung, die **Gefahren der Einbeziehung von AussteigerInnen in die Kampagnenarbeit korrekt einzuschätzen**, da das Risiko eines Imageschadens besteht. So könnte es sich beispielsweise negativ auf die Regierung auswirken, wenn jemand, der an einer Kampagne teilgenommen hat, rückfällig wird und erneut Straftaten begeht.
- ✓ Um **langfristig** einen angemessenen Umgang mit Opfern/Überlebenden und AussteigerInnen bei Präventionskampagnen sicherzustellen, sollten Sie die **Entwicklung einer entsprechenden Schulung** in Betracht ziehen.

⁽⁵⁾ Radicalisation Awareness Network. (2021). *Reporting about violent extremism and P/CVE challenges for journalists – Recommendations from practitioners*. Amt für Veröffentlichungen der Europäischen Union. https://home-affairs.ec.europa.eu/networks/radicalisation-awareness-network-ran/publications/reporting-about-violent-extremism-and-pcve-challenges-journalists-recommendations-practitioners_en.

Nicht empfehlenswert



- ✗ **Instrumentalisieren** Sie Opfer/Überlebende und AussteigerInnen nicht. Die Mitglieder beider Gruppen sollten als Menschen gesehen werden. Opfer/Überlebende oder AussteigerInnen sollten nicht dazu gezwungen werden, ihre Geschichte auf eine Weise zu erzählen, die ihnen unangenehm ist.
- ✗ **Legen Sie den Fokus nicht auf Vergeltung**, sondern fördern Sie wiedergutmachende Gerechtigkeit. Die Versöhnung mit den beteiligten Parteien sollte kein explizites Ziel sein.
- ✗ **Konzentrieren Sie sich nicht auf die Gegenwart**, sondern auf die Zukunft, und richten Sie den Blick nach vorn.
- ✗ **Stellen Sie Opfer/Überlebende und AussteigerInnen nicht als „Superstars“ oder „HeldInnen“ dar.** Überlebende zum Beispiel, die bei der Festnahme der TäterInnen eine Rolle gespielt haben, sollten nicht nur als „die Personen, die die Angreifer aufgehalten haben“ gesehen werden. Die Taten der AussteigerInnen dürfen in keinsten Weise verherrlicht werden.
- ✗ **Verwenden Sie keine polarisierende Sprache oder Sprache, die als Trigger fungiert:** Äußern Sie sich nicht zu politisch, vermeiden Sie eine Polarisierung zwischen Gruppen. Seien Sie stattdessen sensibel in der Wortwahl.
- ✗ **AussteigerInnen**, die an einer Kampagne teilnehmen, sollten Sensibilität zeigen und darauf achten, dass sie **ihre Vergangenheit nicht verherrlichen**, insbesondere bei Themen wie Gewalt, Macht und Selbstwertgefühl.
- ✗ **Setzen Sie** die Gruppe bzw. die Familie oder das Netzwerk von Opfern/Überlebenden oder AussteigerInnen **keinem negativen Medieninteresse** aus, damit eine Viktimisierung vermieden wird.

Offene Fragen



- ? Wer entscheidet, ob AussteigerInnen **„bereit“ sind, an einer Kampagne teilzunehmen**, und ob Opfer/Überlebende in der Lage sind, ihre Geschichte zu erzählen, ohne sich unter Umständen selbst zu schädigen? Und wie ist es möglich, das zu „messen“?
- ? Sollten AussteigerInnen und Opfer eine **finanzielle Entschädigung** dafür erhalten, dass sie an einer Kampagne teilnehmen bzw. sich im Rahmen einer Kampagne äußern? Teilzunehmen, die eigene emotionale Geschichte zu erzählen und zu reisen ist mit viel Zeit und Mühe verbunden. Auch psychologische Unterstützung muss bei Bedarf finanziert werden (Nachsorge).
- ? Und gleichzeitig: **Wie ist es möglich, den Einfluss finanzieller Aspekte** auf die Entscheidung, die eigene Geschichte zu erzählen, und den Inhalt dieser Geschichte zu begrenzen? Wie lässt es sich vermeiden, dass eine Person dazu verleitet wird, ihre Geschichte wieder und wieder zu erzählen, weil das Publikum sie hören will?
- ? **Kann die Teilnahme** an Kampagnen (im medialen oder schulischen Kontext) den individuellen und/oder kollektiven **Verarbeitungsprozess unterstützen**?



Sollte ein **Haftungsausschluss hinsichtlich ethischer Überlegungen** Teil der Kampagne sein?



Wie kann man den Medien vermitteln, wie sensibel dieses Thema ist? In der Vergangenheit hat das negative Medieninteresse Schaden angerichtet.

Folgemaßnahmen

Während des Treffens wurden die Teilnehmenden außerdem gebeten, in einer Gruppenübung alle noch offenen Fragen und Herausforderungen zu dem Thema des Treffens zu formulieren. Daraus ergaben sich mehrere potenzielle Folgemaßnahmen. Die dringlichsten betrafen folgende Fragen: 1) Wer entscheidet, ob AussteigerInnen „bereit“ sind, an einer Kampagne teilzunehmen, und ob Opfer/Überlebende in der Lage sind, ihre Geschichte zu erzählen, ohne sich unter Umständen selbst zu schädigen? Und wie ist es möglich, das zu „messen“? 2) Sollten AussteigerInnen und Opfer eine finanzielle Entschädigung dafür erhalten, dass sie an einer Kampagne teilnehmen bzw. sich im Rahmen einer Kampagne äußern? 3) Kann die Teilnahme an Kampagnen (im medialen oder schulischen Kontext) den individuellen und/oder kollektiven Verarbeitungsprozess unterstützen?

Weiterführende Literatur

- [Standards EXIT-Deutschland Ausgestiegene in der politischen Aufklärungsarbeit](#), Mai 2023.
- [The potential of restorative justice in cases of violent extremism and terrorism](#)), 2021
- [Direkte Interaktionen zwischen Terroropfern und inhaftierten TerroristInnen organisieren: Leitlinien](#), 29. September 2020. Leitlinien für die Einrichtung von Diskussionsgruppen mit wegen terroristischer Straftaten verurteilten Häftlingen und Opfern/Überlebenden von Terrorismus.
- [Direkte Interaktionen zwischen Terroropfern und Inhaftierten durchführen: Leitlinien](#), 24. November 2020. Leitlinien für die Durchführung direkter Interaktionen zwischen Inhaftierten und Opfern/Überlebenden.
- Radicalisation Awareness Network (2017), [Dos and don'ts of involving formers in PVE/CVE work](#).
- Radicalisation Awareness Network (2021), [Auswirkungen des digitalen extremistischen Erbes auf die Rehabilitation](#).