



JAMAL AL-KHATIB - MEIN WEG!

RAMADAN 2020: AUCH KEIN WASSER?!

INRN

Verein für Gewalt- und Extremismusprävention



Factsheet Ramadan 2020 Kampagne

16. April – 24. Mai 2020

Monitoring

Während Ramadan haben muslimische Jugendliche und junge Erwachsene besonders viele Fragen zu ihrer Religion. Gleichzeitig sehen sie sich in dieser Zeit auch besonders vielen Fragen zu ihrer Religion ausgesetzt. 2020 war der Fastenmonat aufgrund von COVID-19 und den damit verbundenen Maßnahmen für viele Jugendliche und (junge) Erwachsene eine besondere Herausforderung. Islamistisch-extremistische und neo-salafistische Accounts nutzen die Zeit, um ihre Inhalte an ihre (jugendliche) Zielgruppe heranzutragen. Hier werden einige Entwicklungen, die unser Team im Zuge des Monitoring beobachtet hat zusammengetragen:

- Online-Kampagnen islamistisch-extremistischer bzw. neo-salafistischer Accounts zum Fastenmonat Ramadan führen regelmäßig zu einer **Steigerung der Abonnent*innen- und Aufrufzahlen**.¹
- Auch die Beiträge dieser Akteure zum Thema Ramadan standen deutlich im Zeichen von COVID-19. Das übergreifende Framing dieser Akteure lautete „Wer nicht fastet ist kein echter Muslim, COVID-19 darf keine Ausrede sein“ (siehe Abbildung 1 & 3).
- Gleichzeitig wurden verstärkt **Verschwörungstheorien** und **Fake News** verbreitet und rechte und rechtsextreme Gruppierungen griffen das Thema Ramadan auf, um ihre Narrative in Umlauf zu bringen.



Abbildung 1: Instagram Post von „Botschaft des Islam“ zur Pflicht des Fastens trotz COVID-19.



Abbildung 2: Instagram Post von „Generation Islam“ zu einem Schmäh Brief an eine Moschee in München.

¹ Siehe hierzu auch Baaken, T. & Hartwig, F. (2020). NPP Analyse zur Extremismus-Peripherie. Modus ZAD.

- Vereinzelt griffen islamistische-extremistische Online-Akteure rechtsextreme Aktionen, die im Zusammenhang mit dem Fastenmonat standen, auf. So verhalfen sie jedoch den TäterInnen zur gewünschten Aufmerksamkeit und nahmen in Kauf, ihre FollowerInnen in dieser herausfordernden Zeit emotional zu belasten.



Abbildung 3: Instagram Post von „Realität Islam“ zur Pflicht des Fastens trotz COVID-19.

Zielgruppen/Ziele

In der digitalen Lebenswelt vieler Jugendlicher und jungen Erwachsener dominieren diese Inhalte die Timelines oder Ergebnisse zu Suchanfragen. Um dieser Zielgruppe **alternative Narrative** zu denen islamistisch-extremistischer bzw. neo-salafistischer Social-Media Accounts anzubieten, formulierte unser Team folgende Ziele für eine eigene Video-Reihe zum Thema Ramadan:

- Jugendliche und junge Erwachsene dabei stärken, ihren **individuellen Zugang** zum Ramadan in Zeiten von Ausgangsbeschränkungen und Social Distancing zu finden und zu leben.
- **Reflexion** über die (**individuell unterschiedlichen**) **Bedeutungen** des Ramadan, wie z.B. hilfsbedürftigen Menschen beizustehen, ein besonderes Miteinander in der Familie und unter Freunden, Selbstreflexion, aber auch spirituelle Aspekte.
- **Pluralität abbilden**, um den normativen neo-salafistischen Vorstellungen und Narrativen zum Thema Ramadan entgegenzuwirken: Einerseits durch das Behandeln der unterschiedlichen individuellen Bedeutungen und Durchführungen des Ramadan, andererseits durch die unterschiedlichen Personen, die interviewt werden. Dadurch auch **alternative Positionen** zum neo-salafistischen Framing „*Wer nicht fastet ist kein echter Muslim*“ in die Zielgruppe hineintragen.
- Ziel der Abbildung der Pluralität war es auch, den über neo-salafistischen Content aufgebauten **Druck** und das kolportierte Bild des guten, fastenden und des (glaubens-) schwachen, nicht-fastenden Muslim zu **dekonstruieren**.
- Auf einer allgemeineren Ebene das Thema **Gruppendruck sensibel problematisieren**.

Die Kampagne

Um online einen **Raum** für die **Verhandlung dieser Themen** zu schaffen und mit der Zielgruppe in **Diskussion** zu treten, wurde zwischen dem 16. April und dem 24. Mai 2020 die Jamal al-Khatib Ramadan2020 Online-Kampagne lanciert. Die folgenden fünf Videos dienten dabei als Grundlage für Diskussionen. Ihre Veröffentlichung auf Instagram, YouTube und Facebook wurde durch weitere kampagnenbegleitende Beiträge wie Instagram Stories unterstützt.

1. Auch kein Wasser?! - Jamal al-Khatib: Ramadan2020

- Niederschwellige Einführung in die Themenfelder **Ramadan** zu Zeiten von **COVID-19** und **Rechtfertigungsdruck** beim Fasten.
- Betonung der **inklusiven Aspekte** des Ramadan.

2. Warum überhaupt Fasten? - Džemal Šibljaković feat. Jamal al-Khatib: Ramadan2020

- Reflexion des **individuellen Zugangs** zum Ramadan und Darstellung des **inklusiven Aspekts** trotz unterschiedlicher Zugänge zur Durchführung des Fastenmonats.
- Bezug zum persönlichen Arbeitskontext: Wie verläuft Ramadan im Gefängnis und wie beeinflusst der Fastenmonat die Arbeit eines Gefängnisseelsorgers?
- Aufgreifen des Themas „**Druck in der Religion**“
- Reflexion über die **Herausforderungen des Ramadan** zu Zeiten von **COVID-19**: Aufgrund der Maßnahmen mussten viele MuslimInnen auf den gemeinschaftlichen Aspekt des Ramadan verzichten. Im Video wird auch reflektiert, wie dabei eventuell auch Chancen entstehen.

3. Die Zeit der Fragen - Eşim Karakuyu feat. Jamal al-Khatib: Ramadan2020

- Reflexion des **individuellen Zugangs** zum Ramadan und der Bedeutung für das Individuum und die Gesellschaft.
- Eingehen auf die **Vielschichtigkeit** des Ramadan, der auch gegenseitige Unterstützung und die Stärkung des Zwischenmenschlichen bedeutet.
- Thematisierung des **Rechtfertigungsdrucks** gegenüber Menschen, die dem Fasten kritisch gegenüberstehen und des individuellen Umgangs damit.
- Einbringen der **Genderperspektive**: Eine typische Rollenverteilung herrscht nicht nur in gesamtgesellschaftlichen Zusammenhängen, sondern oft auch im Ramadan und erschwert Frauen bisweilen das Fasten.

4. Das letzte Drittel des Ramadan - Live Talk mit Eşim Karakuyu & Džemal Šibljaković

- Thematisierung eines besonderen Abschnitts des Fastenmonats: Die Bedeutung des letzten Drittels des Ramadan basiert auf der historischen und rituellen Gewichtung der sogenannten **Nacht der Bestimmung (Laylatul Qadr)**. Der islamischen Lehre entsprechend gehen MuslimInnen in der ganzen Welt davon aus, dass in diesem Zeitraum die Herabsendung des Quran begann.
- Tiefergehende und differenzierte Auseinandersetzung mit den bereits angesprochenen Themen der Ramadan2020 Video-Serie.

5. 'Id mubarak - Jamal al-Khatib: Ramadan2020

- Feierlicher Abschluss des Fastenmonats und der Video-Serie.
- Betonung des **gemeinschaftlichen Aspekts** des Ramadan durch die Darstellung der Feierlichkeiten zu 'Id.
- Darstellung des Ramadan als Zeit der **gegenseitigen Unterstützung** durch das Verfassen eines Briefes an einen inhaftierten Kollegen.

Insights (Stichtag 07.07.2020)

Instagram: Rund **480 neue Follower*innen** im Kampagnenzeitraum // Rund **127.000**
erreichte Personen (Beiträge) // Rund **2.870 likes** (Beiträge) // Rund **202.000**
Impressionen (Beiträge) // Rund **120 Kommentare** (Beiträge)

YouTube: Rund **2.400 Views** // Rund **12.100 Impressionen** // **Durchschnittliche**
Wiedergabe von 58% für die Videos // **95% positive Bewertungen**

Facebook: Rund **5.400 erreichte Personen** // Über **470 Interaktionen**

Online-Streetwork

Im Zuge der Online-Kampagne trat Team Jamal in den Kommentarspalten unter den Videos und den zusätzlichen Beiträgen in Diskussion mit der Zielgruppe über die Inhalte der Video Reihe. Folgende Themen wurden dabei besonders häufig behandelt und teilweise kontrovers diskutiert:

- ➔ Auf einschlägigen Kanälen entstand eine kontroverse Diskussion über das genaue Datum der **Laylatul Qadr**. Im Zuge dieser Diskussion wurde auch der Jamal al-Khatib Account als Informations- und Kommunikationsplattform genutzt (siehe Abbildung 4).

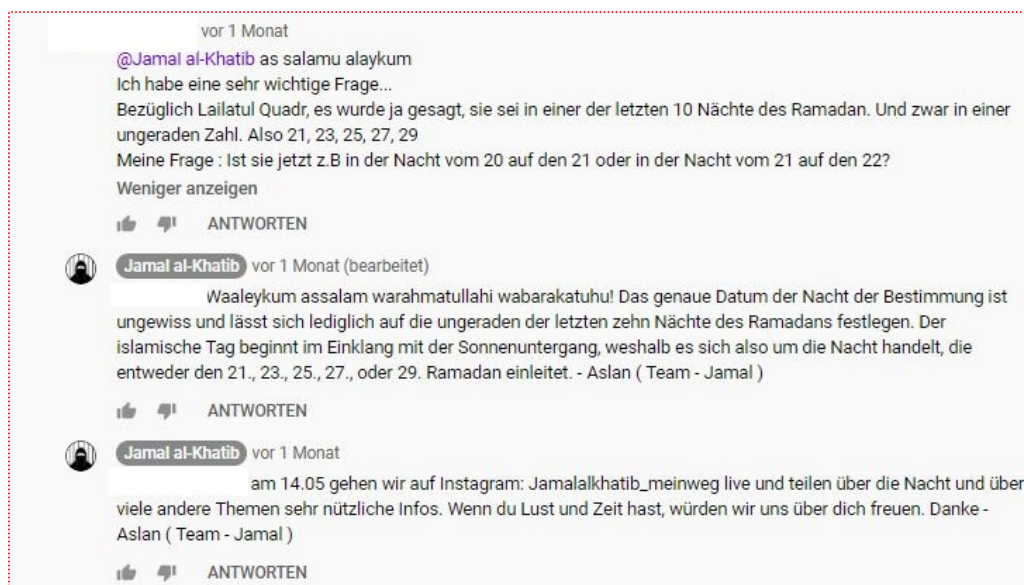


Abbildung 4

Das Thema **Rechtfertigungsdruck** wurde gut von den Follower*innen aus der Online-Community aufgenommen (siehe Abbildung 5).



Abbildung 5

Deshalb, egal was ich davon halte, ich nehme mich zurück um Schwestern nicht zu kränken. Sie haben selbst hier ständig zu kämpfen gerade weil sie ein Kopftuch tragen, egal wie sie es tragen. Und sie nehmen das auf sich, weil sie es für Allahs Gebot halten und es für ihn tun. Ich glaube nicht, dass sie dann noch brauchen dass ein Bruder daherkommt und sie für die Art wie sie es tragen kritisiert. Die islamische community sollte ein sicherer Raum für musliminnen sein. Ein Raum frei von Kränkungen... Das ist es aber leider oft nicht. Vlt können wir das aber ändern indem wir mit uns selbst anfangen. Ich für meinen Teil Maße mir nicht an, anderen Schwestern zu sagen wie sie ein Kopftuch zu tragen haben.. Weil ich nicht im entferntesten weiß, was sie täglich durchmachen müssen gerade weil sie es tragen.

Du kannst komplett anderer Meinung sein Akhi, das ist okay. Aber ich sehe das so.

Abbildung 6

Ausgelöst durch eines der Kampagnen-Videos, gehörte bald die Frage, wie das Kopftuch „richtig“ getragen werden sollte zu einem der am meist diskutierten Themen im Zuge der Ramadan Video-Reihe. Team Jamal reagierte, indem es klar Position bezog (siehe Abbildung 6).

Generell bekam Team Jamal viel **positives Feedback** für die Inhalte der Video-Reihe Ramadan2020 (siehe Abbildung 7).

Ich mag es wie du werte vermittelst und die art wie du den Islam presentierst ❤️

Bevor du kamst, haben viele (nicht alle) den islam mit ihren eigenen Egos presentiert und haben dadurch der Community geschadet.

Manchmal befürchte ich dass das 100 jahre Islamgesetz in Österreich bedroht werden könnte.

Ich wünsche dir und dein Team viel Erfolg.

Und natürlich werde auch ich privat in meinem Umfeld die Fitna brechen und weiterhin Werte vermitteln.

Selam aleykum ❤️

Abbildung 7



Abbildung 8: Antworten von Instagram Follower*innen auf Fragensticker in Jamal al-Khatib Instagram Stories