



Schriftliche Anfrage

des Abgeordneten **Florian Siekmann BÜNDNIS 90/DIE GRÜNEN**
vom 04.09.2024

Video gegen Salafismus auf dem X-Account des Staatsministeriums des Innern, für Sport und Integration

Die Staatsregierung wird gefragt:

1.	Veröffentlichung und Entfernung	3
1.1	Auf welchen Kanälen wurde das Video gegen Salafismus veröffentlicht (bitte unter Angabe des Zeitpunktes)?	3
1.2	Wann wurde das Video jeweils entfernt?	3
1.3	Welche Stelle hat über die Entfernung des Videos entschieden?	3
2.	Entstehung und Freigabe	3
2.1	Welche Stelle hat das Video produziert bzw. in Auftrag gegeben?	3
2.2	Welche Organisationseinheiten des Staatsministeriums des Innern, für Sport und Integration (StMI) haben das Video abgenommen und in der Folge zur Veröffentlichung freigegeben?	4
2.3	Welche muslimischen Verbände, Organisationen oder Salafismus-Experten wurden bei der Produktion und Freigabe eingebunden?	4
3.	Zielgruppe und Plattform	4
3.1	Welche Zielgruppe wurde für das Video definiert?	4
3.2	Warum wurde ein Video zu einem vornehmlich auf TikTok auftretenden Phänomen auf X veröffentlicht?	4
4.	Gestaltung des Videos	5
4.1	Warum wurde eine stark stereotype Darstellung eines Salafisten gewählt?	5
4.2	Warum wurde für die Bildsprache das Verschlucken der Frau durch den Salafisten gewählt?	5
4.3	Warum wurde ein hämisches Hintergrundlachen als Ton des Videos gewählt?	5
5.	Wirkung des Videos	5

5.1	Wurde bedacht, dass das Video die salafistische Ausgrenzungs- und Opfererzählung noch verstärken kann?	5
5.2	Wurde bedacht, dass das Video insgesamt Vorurteile gegen Menschen muslimischen Glaubens befeuern kann?	6
5.3	Warum sollten sich junge Musliminnen und Muslime von diesem Video angesprochen fühlen?	6
6.	Maßnahmen im Zusammenhang mit der Veröffentlichung	6
6.1	Welche Maßnahmen nach dem Digitale-Dienste-Gesetz bzw. der entsprechenden EU-Verordnung sind der Staatsregierung im Zusammenhang mit der Veröffentlichung des Videos bekannt?	6
6.2	Welche Strafanzeigen und sonstigen strafprozessuale Maßnahmen im Zusammenhang mit der Veröffentlichung des Videos sind der Staatsregierung bekannt?	6
6.3	Welche Maßnahmen des Plattformbetreibers X und ggf. weiterer Plattformbetreiber sind der Staatsregierung im Zusammenhang mit der Veröffentlichung des Videos bekannt?	6
7.	Kampagne	6
7.1	Welche weiteren Videos sind im Zusammenhang mit der Kampagne geplant?	6
7.2	Für welche Kanäle sind diese Videos bestimmt?	6
7.3	Welche muslimischen Verbände, Organisationen oder Salafismus-Experten wurden bzw. werden bei der Produktion und Freigabe dieser Videos eingebunden?	7
8.	Kosten	7
8.1	Welche Kosten sind für die Erstellung des Videos angefallen?	7
8.2	Welche Gesamtkosten sind für die Kampagne geplant?	7
	Hinweise des Landtagsamts	8

Antwort

des Staatsministeriums des Innern, für Sport und Integration, in Bezug auf die Beantwortung der Frage 6.2 im Einvernehmen mit dem Staatsministerium der Justiz

vom 08.10.2024

Vorbemerkung:

Das Video war eine versehentlich verfrüht auf Social Media geschaltete Bewerbung einer geplanten Kampagne des Staatsministeriums des Innern, für Sport und Integration (StMI), die zum Ziel hat, Jugendliche auf Social Media über die von Salafisten ausgehenden Gefahren zu informieren und deren Vorgehensweise aufzuzeigen. In dem Video geht es nicht um den Islam, sondern um Salafisten und andere Islamisten, die mehr denn je gezielt und zunehmend hoch professionell Social-Media-Plattformen nutzen und damit enorme Reichweiten generieren, um insbesondere junge Menschen mit auf den ersten Blick harmlos wirkenden Alltagsthemen und mit an ihren medialen Rezeptionsgewohnheiten und -vorlieben anknüpfenden Inhalten, Begriffen und Bildern anzusprechen, zu ködern und für ihr extremistisches Gedankengut zu gewinnen. Kinder und Jugendliche geraten so für sie und ihr Umfeld oft unbemerkt in die Fänge von Extremisten. Da die im Video gewählte Bildsprache bei vielen Usern den nicht gewollten Eindruck erweckt hat, die Kampagne würde sich generell gegen Muslime richten, hat das StMI die Kampagne umgehend gestoppt und wird sie überarbeiten. Im Rahmen einer gemeinsam mit der Hanns-Seidel-Stiftung durchgeführten Veranstaltung mit Vertretern der Religionsgemeinschaften am 10. September 2024 in München hat der Staatsminister des Innern, für Sport und Integration Joachim Herrmann für die entstandenen Irritationen um Entschuldigung gebeten.

1. Veröffentlichung und Entfernung

1.1 Auf welchen Kanälen wurde das Video gegen Salafismus veröffentlicht (bitte unter Angabe des Zeitpunktes)?

1.2 Wann wurde das Video jeweils entfernt?

1.3 Welche Stelle hat über die Entfernung des Videos entschieden?

Die Fragen 1.1 bis 1.3 werden aufgrund des Sachzusammenhangs gemeinsam beantwortet:

Die Werbeschaltung zur Kampagne wurde am Montag, den 2. September 2024, ab 12.00 Uhr von der beauftragten Agentur versehentlich verfrüht ausgespielt. Sie wurde um 14.30 Uhr wieder gestoppt. Hierüber wurde im StMI entschieden und die Agentur unverzüglich angewiesen, alles Weitere zu veranlassen. Die Werbeschaltungen waren bis zu diesem Zeitpunkt auf X und YouTube aktiv. Die Anzeigen auf TikTok und Meta (Instagram und Facebook) waren bis zu diesem Zeitpunkt noch nicht ausgespielt worden.

2. Entstehung und Freigabe

2.1 Welche Stelle hat das Video produziert bzw. in Auftrag gegeben?

2.2 Welche Organisationseinheiten des Staatsministeriums des Innern, für Sport und Integration (StMI) haben das Video abgenommen und in der Folge zur Veröffentlichung freigegeben?

Die Fragen 2.1 und 2.2 werden aufgrund des Sachzusammenhangs gemeinsam beantwortet.

An der Kampagnenerstellung waren im StMI die zuständigen Organisationseinheiten für Islamismus und für Öffentlichkeitsarbeit beteiligt. Mit der technischen und gestalterischen Umsetzung wurde eine Kommunikationsagentur beauftragt.

2.3 Welche muslimischen Verbände, Organisationen oder Salafismus-Experten wurden bei der Produktion und Freigabe eingebunden?

Bei der Kampagnenerstellung waren neben dem StMI das Landesamt für Verfassungsschutz und das Landeskriminalamt beratend einbezogen. Eine Kommunikationsagentur hat die gestalterische und technische Umsetzung übernommen.

3. Zielgruppe und Plattform

3.1 Welche Zielgruppe wurde für das Video definiert?

Salafistische Hassprediger wenden sich mit ihren Anwerbestrategien gezielt an junge Menschen als Adressatenkreis. Die geplante Präventionskampagne richtet sich daher inhaltlich an junge Menschen zwischen 11 und 16 Jahren in Bayern. Die Altersgruppe wurde deshalb ausgewählt, da sie besonders empfänglich für extremistische Botschaften sein kann und der präventive Ansatz hier besonders wirkungsvoll ist. Darüber hinaus soll die Kampagne auch 16- bis 24-Jährige erreichen, weil die Botschaft der Videos auch für diesen Altersbereich relevant ist. Angesprochen werden sollen darüber hinaus auch weitere Alters- und Personengruppen, die sich über „salafistische Anwerbestrategien“ informieren wollen.

Vorlage für den gewählten Einstieg in das Video sind die in den sozialen Medien in Millionenhöhe aufgerufenen und in Jugendkreisen einschlägig bekannten Frage- und Antwort-Videos von salafistischen Predigern. Dazu gehört beispielsweise der vom Verfassungsschutz aufmerksam verfolgte Ibrahim El Azzazi. Salafistische Prediger wie er inszenieren sich erfolgreich als Influencer und wenden sich in ihrer Anwerbestrategie zunächst mit humoristischen Memes und Videos an junge Menschen, um sie im Folgenden immer tiefer in die Welt des Salafismus hineinzuziehen und um sie immer mehr von den Werten des demokratischen Rechtsstaats und von der Mehrheitsgesellschaft zu entfremden.

3.2 Warum wurde ein Video zu einem vornehmlich auf TikTok auftretenden Phänomen auf X veröffentlicht?

Neben TikTok und Instagram erfreut sich die Plattform X bei jungen Menschen (Analysen zufolge zunehmend bei männlichen Jugendlichen) wachsender Beliebtheit. Daher wurde auch X in die Planungen zur Bewerbung der Kampagne aufgenommen. Der größte Anteil des geplanten Werbebudgets war für TikTok vorgesehen.

Darüber hinaus wird auf die Antwort zu den Fragen 1.1 bis 1.3 verwiesen.

4. Gestaltung des Videos

4.1 Warum wurde eine stark stereotype Darstellung eines Salafisten gewählt?

Die Kampagne soll nicht den Eindruck erwecken, dass sie sich generell gegen Muslime oder muslimische Prediger richtet. In Darstellung und Machart orientiert sich das Video vielmehr am klassischen Frage- und Antwort-Schema der von Salafisten als Format kultivierten und im Netz breit kursierenden Videos; sie greift die dort inszenierten Prediger-Stereotype auf. Um eine klare Abgrenzung zwischen Islam und Islamismus herzustellen, wurden somit bewusst typische optische Merkmale von salafistischen bzw. islamistischen Predigern übernommen.

Auf einer die Kampagne begleitenden Landing Page (eine Zielseite, die den Nutzer ohne Umwege über die Homepage direkt zu weiterführenden Informationen führt), sollen die konzeptionellen Hintergründe zur Kampagne näher dargestellt werden. Es soll dort explizit darauf hingewiesen werden, dass der Islam von extremistischen Ideologien wie dem Salafismus bzw. Islamismus zu unterscheiden ist und dass in den Videos lediglich beispielhafte Aspekte und Einflussfaktoren von Radikalisierungsprozessen aufgegriffen und typische Anwerbestrategien von Salafisten gezeigt werden.

4.2 Warum wurde für die Bildsprache das Verschlucken der Frau durch den Salafisten gewählt?

4.3 Warum wurde ein hämisches Hintergrundlachen als Ton des Videos gewählt?

Die Fragen 4.2 und 4.3 werden aufgrund des Sachzusammenhangs gemeinsam beantwortet.

Die Bild- und Tonsprache des Videos wurde an die vor allem bei von Jugendlichen stark genutzten Plattformen wie TikTok übliche, sehr direkte, stark mit Vereinfachungen arbeitende visuelle und optische Ausrichtung angelehnt, wie sie insbesondere von jugendlichen Nutzern erwartet wird.

Das „Verschlucken“ symbolisiert darüber hinaus auch die technische Komponente der Thematik, insbesondere das immer tiefere Eintauchen der Jugendlichen über die Algorithmen der Social-Media-Kanäle und die damit verbundene Überhäufung mit extremistischem Gedankengut – bis hin zur Direktansprache, sich aktiv an extremistischen Aktionen zu beteiligen (Stichwort: „Rabbithole“ und „Filterblase“).

5. Wirkung des Videos

5.1 Wurde bedacht, dass das Video die salafistische Ausgrenzungs- und Opfererzählung noch verstärken kann?

Die modernen, teils hochprofessionellen Propagandaaktivitäten von Salafisten und anderen Islamisten im Internet und in den sozialen Medien (siehe Vorbemerkung) sind vor allem deswegen besorgniserregend, weil sie den Nährboden für Radikalisierungsprozesse bis hin zu Hass und Gewalt bilden. Es gilt daher, Antworten in den sozialen Medien gegen Salafismus zu finden und ganz gezielt Gegen narrative zu setzen. Ge-

rade auf Instagram und TikTok müssen junge Menschen erreicht und der Unterschied zwischen Religion und Extremismus deutlich gemacht werden. Salafisten und andere Islamisten nutzen Präventionsmaßnahmen gegen Islamismus jeglicher Art, um diese ganz gezielt in Ausgrenzungs- und Opfernarrative umzudeuten und ihre extremistische Ideologie damit zu stärken. Umso mehr gilt es, insbesondere auf Social Media dagegenuhalten und über ihre perfiden Strategien aufzuklären.

5.2 Wurde bedacht, dass das Video insgesamt Vorurteile gegen Menschen muslimischen Glaubens befeuern kann?

Es wird auf die Vorbemerkung und auf die Antwort zu Frage 4.1 verwiesen.

5.3 Warum sollten sich junge Musliminnen und Muslime von diesem Video angesprochen fühlen?

Es wird auf die Antwort zu Frage 3.1 verwiesen.

6. Maßnahmen im Zusammenhang mit der Veröffentlichung

6.1 Welche Maßnahmen nach dem Digitale-Dienste-Gesetz bzw. der entsprechenden EU-Verordnung sind der Staatsregierung im Zusammenhang mit der Veröffentlichung des Videos bekannt?

Keine.

6.2 Welche Strafanzeigen und sonstigen strafprozessuale Maßnahmen im Zusammenhang mit der Veröffentlichung des Videos sind der Staatsregierung bekannt?

Die Staatsanwaltschaft München I führt diesbezüglich einen noch nicht abgeschlossenen Prüfungsvorgang, welcher auch mehrere Strafanzeigen umfasst.

6.3 Welche Maßnahmen des Plattformbetreibers X und ggf. weiterer Plattformbetreiber sind der Staatsregierung im Zusammenhang mit der Veröffentlichung des Videos bekannt?

Keine.

7. Kampagne

7.1 Welche weiteren Videos sind im Zusammenhang mit der Kampagne geplant?

7.2 Für welche Kanäle sind diese Videos bestimmt?

**7.3 Welche muslimischen Verbände, Organisationen oder Salafismus-
experten wurden bzw. werden bei der Produktion und Freigabe dieser
Videos eingebunden?**

Die Fragen 7.1 bis 7.3 werden aufgrund des Sachzusammenhangs gemeinsam beantwortet.

Auf die Antwort zu Frage 2.3 wird verwiesen. Die Kampagne befindet sich derzeit in Überarbeitung.

8. Kosten

8.1 Welche Kosten sind für die Erstellung des Videos angefallen?

8.2 Welche Gesamtkosten sind für die Kampagne geplant?

Die Fragen 8.1 und 8.2 werden aufgrund des Sachzusammenhangs gemeinsam beantwortet.

Für die Erstellung der gesamten Kampagne wurden bisher insgesamt ca. 140.000 Euro angesetzt. Das einzelne Video wurde nicht gesondert abgerechnet.

Hinweise des Landtagsamts

Zitate werden weder inhaltlich noch formal überprüft. Die korrekte Zitierweise liegt in der Verantwortung der Fragestellerin bzw. des Fragestellers sowie der Staatsregierung.

—————

Zur Vereinfachung der Lesbarkeit können Internetadressen verkürzt dargestellt sein. Die vollständige Internetadresse ist als Hyperlink hinterlegt und in der digitalen Version des Dokuments direkt aufrufbar. Zusätzlich ist diese als Fußnote vollständig dargestellt.

Drucksachen, Plenarprotokolle sowie die Tagesordnungen der Vollversammlung und der Ausschüsse sind im Internet unter www.bayern.landtag.de/parlament/dokumente abrufbar.

Die aktuelle Sitzungsübersicht steht unter www.bayern.landtag.de/aktuelles/sitzungen zur Verfügung.