



EX-POST-BEITRAG

RAN H&SC – Anwerbung für den Terror – Manipulation und Kontrolle

25. APRIL 2019

Bukarest, Rumänien

Anwerbung für den Terror – Manipulation und Kontrolle

Das RAN-Themenpapier „Die Wurzeln des gewaltbereiten Extremismus“ von Magnus Ranstorp ⁽¹⁾ beschreibt den gewaltbereiten Extremismus als ein Kaleidoskop von Faktoren, die in zahllosen Kombinationen zusammenkommen können. Es gibt Elemente in einigen Grundfarben, die durch ihre Verzahnung komplexe Muster bilden. Einer dieser Faktoren besteht in den AnwerberInnen, die Menschen auf den Weg des gewaltbereiten Extremismus führen. AnwerberInnen (auch RekrutiererInnen genannt) umfassen HassrednerInnen und Personen, die Anfälligkeiten und Frustrationen anderer Menschen ausnutzen, um sie mittels Überredung, Druck und Manipulation für den gewaltbereiten Extremismus zu gewinnen. Bisher lag der Fokus überwiegend auf den Zielpersonen der Anwerbung, dieser Beitrag konzentriert sich allerdings auf die Psychologie der AnwerberInnen. Wer sind sie, was motiviert sie und welche Taktiken verfolgen sie? Dieses Wissen könnte von unschätzbarem Wert für Präventionsmaßnahmen sein, mit denen potenzielle AnwerberInnen erkannt werden, noch bevor sie aktiv werden. Daher besteht das oberste Ziel darin, zu untersuchen, ob Verhaltensweisen der AnwerberInnen von medizinischen Fachkräften, SozialarbeiterInnen, wichtigen Personen in Gemeinschaften und AkteurInnen im Bildungswesen als solche erkannt werden können und, wenn ja, welche Phasen des Anwerbeprozesses am besten auf zukünftige Anwerbemaßnahmen schließen lassen. Dieser Ex-post-Beitrag basiert auf dem Treffen der RAN-Arbeitsgruppe Health & Social Care, das am 24.–25. April in Bukarest stattfand und auf dem dieses Thema besprochen wurde, und beschreibt die gewonnenen Erkenntnisse und deren Auswirkungen für medizinische Fachkräfte und SozialarbeiterInnen bei der Prävention und Bekämpfung des gewaltbereiten Extremismus.

¹ Ranstorp, M., [Die Wurzeln des gewaltbereiten Extremismus](#), RAN-Themenpapier. Radicalisation Awareness Network, 2016.

Was wissen wir über die AnwerberInnen?

AnwerberInnen werden oft als Personen mit narzisstischen oder gar psychopathischen Tendenzen gesehen. Diese Annahme hinsichtlich der psychischen Gesundheit ist jedoch nur in einem gewissen Maß hilfreich. In den meisten Fällen fällt es leicht, ein solches Verhalten mit dieser Annahme zu erklären, bei extremistischen Gruppen ist der Sachverhalt jedoch komplizierter. Die Mehrheit der AnwerberInnen ist wahrscheinlich nicht von einer psychischen Störung betroffen. Es wurde argumentiert, dass sehr **empathische Menschen** ebenfalls in der Lage seien, andere für ihre Sache zu gewinnen, wenn sie damit in ihren Augen auf das „übergeordnete Wohl“ hinarbeiten oder ein persönliches Bedürfnis befriedigen. Auf dem Treffen wurde geschlussfolgert, dass für AnwerberInnen kein dominantes Profil festzustellen ist und es daher auch keinen alleinigen Grund für Anwerbung gibt. Nichtsdestotrotz wird zwischen mindestens zwei Profilen unterschieden, bei denen unterschiedliche Motivationen erkennbar sind, was zu hilfreichen Erkenntnissen über die AnwerberInnen führt.

1. Pathologische Profile

Bei der Beobachtung von Anwerbung in der abgeschlossenen Umgebung eines Gefängnisses wurde festgestellt, dass bei einem signifikanten Anteil der dortigen AnwerberInnen eine psychische Störung diagnostiziert war. Viele von ihnen sind möglicherweise nicht ideologisch motiviert, sondern kanalisieren mit ihrem Verhalten vielmehr ihre psychische Störung. Ein **krankhafter Narzisst** könnte sich beispielsweise daran erfreuen, andere zu stören. Viele **psychopathisch oder narzisstisch veranlagte Menschen** haben den Drang, für Chaos zu sorgen, und genießen Auseinandersetzungen. So stillen Sie ihr hohes Bedürfnis nach Reizen. Damit ist Anwerbung für manche Menschen mit Persönlichkeitsstörung ein natürliches Verhalten. Folglich können selbst psychopathische Menschen mit begrenzter Intelligenz (z. B. mit einem IQ im unteren mittleren Bereich oder an der Grenze zur geistigen Behinderung) dieses Verhaltensmuster ohne Weiteres an den Tag legen und andere Menschen in ihren **Anwerbezyklus** ziehen. Menschen mit bestimmten pathologischen Profilen könnten für eine extremistische Organisation von Nutzen sein, auch wenn die meisten dies als Risikofaktor für diese Organisation ansehen würden. In dieser Hinsicht ist bemerkenswert, dass AnwerberInnen mit einem solchen Profil in erster Linie **eigennützig zur Befriedigung ihrer Bedürfnisse handeln**, was sie von AnwerberInnen mit dem utopischen Profil unterscheidet. Sie haben keinen übergeordneten Zweck vor Augen, sondern stillen lediglich ihren eigenen Hunger nach Chaos, Kontrolle über andere und Macht. **Der Sinn ihres Handelns ist ihnen höchstwahrscheinlich einerlei.**

2. UtopistInnen

Die meisten würden der These zustimmen, dass es sich bei den ihnen bekannten AnwerberInnen um **gewöhnliche Menschen mit ungewöhnlichen Überzeugungen** handelt. Die zentrale Motivation liegt in der Vorstellung eines Paradieses oder einer utopischen Welt begründet. Diese Vorstellung liefert ihnen einen **Lebenssinn** und wird sehr häufig von einem **Gefühl von Heldentum** oder einer Gelegenheit für Abenteuer unterstützt. In mehreren Fallstudien konnten wir beobachten, wie entsprechende Personen vor diesem Hintergrund einen Lebenssinn sowie ein Ideal finden, auf das sie hinarbeiten können, wodurch sie sozialen Status in einer Gruppe erhalten. Im Kern stellen viele der Erfolge in sich eine Belohnung dar. Jede angeworbene Person verschafft dem Anwerber bzw. der Anwerberin ein Gefühl von Erfolg und Stolz. Das übergeordnete Ziel rückt einen Schritt näher, und der Anwerber bzw. die Anwerberin hat entscheidend dazu beigetragen. Es ist sehr erfüllend, von anderen als Vorbild gesehen zu werden. Möglicherweise besteht aber auch die Angst, dass Mitglieder der Gruppe geliebten Menschen Schaden zufügen könnten. Andere Motive beziehen sich auf ein Zugehörigkeitsgefühl, es kann also auch um Beziehungen, den Aufbau von Freundschaften, sexuelle Attraktivität gegenüber dem anderen Geschlecht und gegenseitige Bestätigung gehen. Interessant ist an dieser Stelle, dass der Anwerbeprozess eher unbewusst abläuft als dass er in bewusster Manipulation besteht. Angeworbene Personen werden in den meisten Fällen selbst AnwerberInnen, **sodass ein Anwerbezyklus entsteht**. Außerdem könnten auch unter UtopistInnen pathologische Züge feststellbar sein, dies ist jedoch nicht abschließend geklärt. Die meisten AnwerberInnen **sehen ihre Handlungen zudem als (ideologische) Pflicht an**, mit denen sie ihre Überzeugungen verbreiten und auf das übergeordnete Ziel hinarbeiten. Dies gilt als so wichtig, dass sie als Organisation um jeden Preis wachsen oder bei dem Versuch scheitern müssen. Oftmals handeln sie als Teil einer kleinen Gruppe in Form einer Bruder-/Schwesterschaft. Bei größeren und professioneller agierenden Organisationen können wir zielgerichtete Aktionen beobachten.

Alter und Geschlecht der AnwerberInnen

In den vorgestellten Fällen waren männliche Anwerber in Gefängnisumgebungen durchschnittlich 36 Jahre alt, Dschihadisten im Mittel hingegen 26 Jahre. Insgesamt sind jüngere AnwerberInnen innerhalb wie außerhalb von Gefängnissen wahrscheinlich weniger erfolgreich, da sie weniger Autorität und Lebenserfahrung ausstrahlen, um auf anfällige junge Männer auf Sinnsuche einwirken zu können. Bemerkenswert ist, dass viele der jungen Männer, die ihre Väter verloren hatten, nach einer Vaterfigur oder einem großen Bruder suchten, um diese Lücke zu füllen, und von älteren Anwerbern einfacher für ihre Zwecke manipuliert werden konnten. Dies trägt zum Erfolg der Anwerbung bei, da **erfolgreiche AnwerberInnen, neben Manipulationstalent, eine Lebensgeschichte mit Problemen und Lösungen bieten, auf die aufgebaut werden kann**. Hinsichtlich des Geschlechts ist zu erwähnen, dass sowohl Parallelen als auch Unterschiede bestehen. Beispielsweise werden Ehe und (sexuelle) Attraktivität von Männern wie Frauen zum Erreichen ihres Ziels eingesetzt. Frauen werden hingegen tendenziell als empathischer angesehen, was erfolgreiche weibliche Anwerber zu ihrem Vorteil nutzen können. Um **die Rolle des Geschlechts bei der Anwerbung** genauer verstehen zu können, ist weitere Forschungsarbeit erforderlich.

Unterschiede zwischen Rekrutierung und Anwerbung

Der Begriff „Anwerbung“ (engl. „grooming“) ist im Kontext von (online organisiertem) sexuellen Kindesmissbrauch oder Banden weit verbreitet, im Zusammenhang mit Radikalisierung und Anwerbung für terroristische Handlungen wurde er bislang seltener verwendet. Im Dunstkreis der Radikalisierung wird meistens der Begriff „Rekrutierung“ (engl. „recruitment“) genutzt. Rekrutierung bezieht sich auf den operativen, strukturellen und rationalen Vorgang, jemanden davon zu überzeugen, sich einer Organisation anzuschließen, ihn in die Organisation einzuführen und ihn nutzbringend einzusetzen. Rekrutierung findet nicht nur zu extremistischen Zwecken statt, sondern ist auch in der Wirtschaft ein normaler Prozess. Eine Rekrutierungsstrategie ist ein formaler Handlungsplan, mit dessen Hilfe eine Organisation für eine bestimmte Stelle hochqualifizierte KandidatInnen finden und erfolgreich einstellen möchte. **Extremistische Organisationen haben zum Rekrutieren neuer Zielpersonen für gewöhnlich Strategien vorbereitet**. Im Zusammenhang mit gewaltbereitem Extremismus und Terrorismus bezieht sich „Rekrutierung“ auf den aktiven Vorgang, UnterstützerInnen zur Mitwirkung an terroristischen Handlungen zu mobilisieren. In dieser Phase werden Menschen über die passive Unterstützung, wie das Liefern von Informationen, hinausgebracht. Es wird eine gemeinsame Identifikationsgrundlage geschaffen und aktiv Anwerbung betrieben ⁽²⁾. Beispielsweise können Anleitungen aus dem Internet heruntergeladen werden, die beschreiben, wie Bomben gebaut, Nahrungsmittel vergiftet, Überwachung vermieden, verborgene Terrorzellen aufgebaut und Terroranschläge durchgeführt werden. Extremistische Gruppen arbeiten an strategischen Materialien, mit denen sie die Aufmerksamkeit potenzieller UnterstützerInnen ihrer Ideologie auf sich ziehen. Von den Rekrutierungsansätzen hängt ab, ob die Anzahl der für den Kampf angeworbenen Personen (ausländische terroristische KämpferInnen, terroristische EinzeltäterInnen usw.) und vieler anderer UnterstützerInnen aufrechterhalten werden kann, die für die Gesamtstrategie von wesentlicher Bedeutung sind.

Es sollte unbedingt bedacht werden, dass Rekrutierungskampagnen nicht ausschließlich für KämpferInnen (z. B. nach Syrien ziehende DschihadistInnen) zum Einsatz kommen. Die Kampagnen richten sich an Personen vieler anderer Zielgruppen, darunter Menschen, die im eigenen Land verbleiben und die extremistische Organisation durch verschiedenste wichtige Aufgaben unterstützen. Um die Kommunikationsstrategie der Terroristen zu verstehen, müssen wir daher zuerst nachvollziehen, mit welchen unterschiedlichen Strategien Menschen mit bestimmten Fähigkeiten rekrutiert werden, wie sie unterstützt werden möchten und was potenzielle UnterstützerInnen motiviert. In jedem Fall können wir bei der Rekrutierung zwischen zwei Gruppen potenzieller Zielpersonen unterscheiden:

1. **Kampfbereite** Personen. Diese sind häufig bereits einmal straffällig geworden oder sind aufgrund anderer Eigenschaften für Gewalttaten geeignet.
2. **Autoritäre** Personen. Diese sind besonders wertvoll, um militante Personen zu rekrutieren oder weitere potenzielle AnwerberInnen zu finden. Sie eignen sich charakterlich als natürliche AnführerInnen von Banden, Sekten und Terrorgruppen. Entsprechende Personen erhalten einen besonderen Status und steigen innerhalb der Organisation deutlich schneller auf.

² Lennings, C. J., Amon, K. L. Brummert, H. und Lennings, N. J. (2010). Grooming for terror: The internet and young people [Anwerbung für den Terror: Das Internet und junge Menschen]. *Psychiatry, Psychology and Law*, 17(3), 424–437. doi:10.1080/13218710903566979

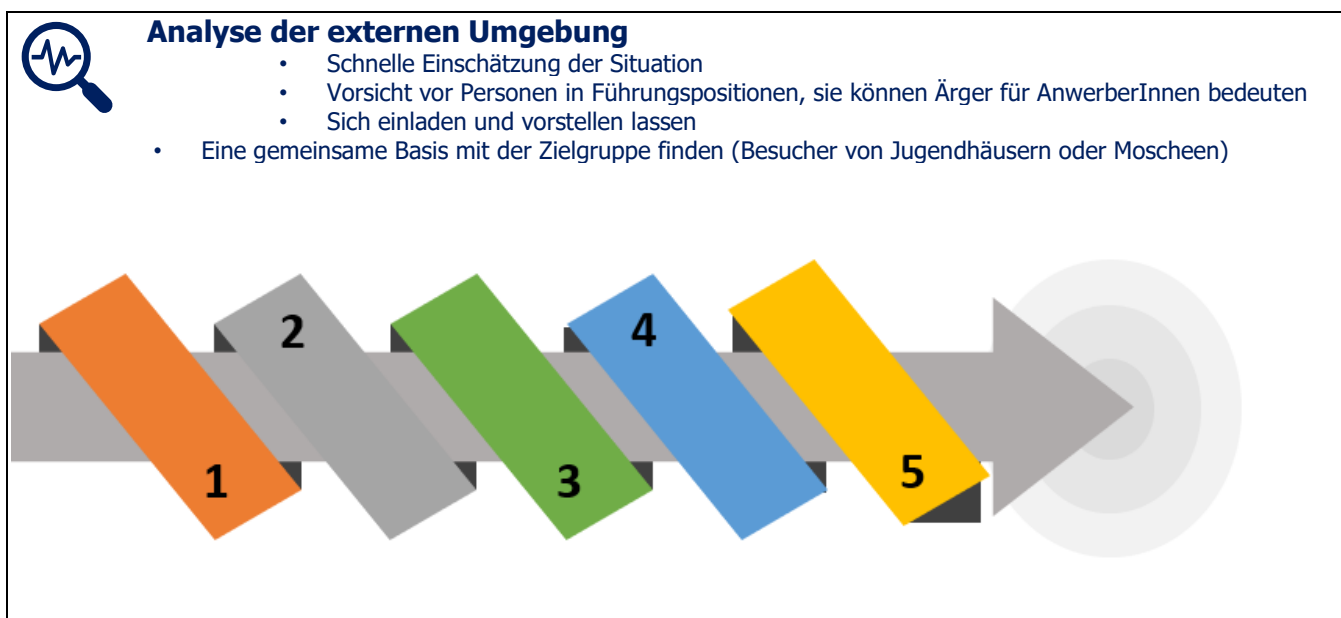
Terrororganisationen wie der IS sind dafür bekannt, besonders weit gefasst nach potenziell rekrutierbaren Personen zu suchen. Die Rekrutierungsstrategien im Internet sind speziell auf Menschen mit bestimmten psychischen Störungen gerichtet – wie Störungen im Spektrum des Autismus ⁽³⁾ – und sollen sie dazu veranlassen, allein Terroranschläge zu verüben. Auf persönlicher Ebene, also für die AnwerberInnen, ist dieser Ansatz weniger geeignet. **Die psychische Störung einer Person würde als zu große Bürde und somit als Risiko angesehen werden.**

Wie die Rekrutierung ist auch die Anwerbung ein Vorgang, bei dem jemand überzeugt wird, sich einer Organisation anzuschließen, was häufig durch Manipulation geschieht. Im Gegensatz zur Rekrutierung **beinhaltet die Anwerbung auch einen ausgeprägten emotionalen Aspekt.** Ehemalige AnwerberInnen nannten Führungskompetenzen als äußerst wertvolle oder sogar wichtigste Eigenschaft. **Charismatische Führung ist wichtiger** als die für gewöhnlich aufgezählten soziologischen Faktoren der Anwerbung. Wenn eine Organisation über ein Netzwerk von AnwerberInnen verfügt und ein Anwerber oder eine Anwerberin bei einer bestimmten Zielperson nicht die beste Wahl zu sein scheint, kann stattdessen eine andere Person eingesetzt werden, sodass die Anwerbung mit höherer Wahrscheinlichkeit gelingt.

AnwerberInnen bauen eine intensive emotionale Beziehung zur Zielperson auf, um sie von sich abhängig zu machen. Daher werden AnwerberInnen recht häufig als „nette Nachbarn“ beschrieben. Sie **missbrauchen ihre Macht über die Zielperson** zu ihrem eigenen Vorteil oder zum Erfüllen ihres eigenen Interesses. Obwohl der Begriff „Anwerbung“ im Zusammenhang mit Radikalisierung noch nicht gängig ist, ähnelt der Anwerbeprozess für terroristische Zwecke sehr den Strategien und Taktiken zur Anwerbung für Banden, Sekten, Menschenhandel und sexuellen Missbrauch (von Kindern).





Die wesentlichen Schritte der Anwerbungsstrategien terroristischer Gruppen


Auf organisationeller Ebene besteht eine Rekrutierungsstrategie. Auf persönlicher Ebene der AnwerberInnen ist es nahezu unmöglich, genau zu bestimmen, an welchem Punkt die Anwerbung beginnt und endet oder welche Verhaltensweisen bei diesem Prozess eine Rolle spielen, da sie fließend ineinander übergehen. Es sind jedoch einige universelle Anwerbestrategien zu erkennen. Diese Taktiken oder Vorgehensweisen unterschieden sich nicht allzu stark von denen in ähnlichen Bereichen wie dem sexuellen Kindesmissbrauch oder Menschenhandel ⁽⁴⁾. Im Gegenteil: Der Anwerbeprozess läuft anscheinend immer weitestgehend gleich ab. Blendet man die Gesetzmäßigkeiten im Bereich des Internets aus (da dieses Thema einen weiteren Beitrag füllen würde), kann der Prozess in wiedererkennbare Schritte unterteilt werden:



³ z. B. kann sich eine Person mit hochfunktionalem Autismus aufgrund ihrer besonderen Verhaltensmuster (konzentrierte, systematische, stringente Arbeitsweise usw.) als nützlich erweisen.

⁴ Winters, G. M. und Jeglic, E. L. (2017). Stages of sexual grooming: Recognizing potentially predatory behaviors of child molesters [Phasen der Anbahnung sexueller Kontakte zu Minderjährigen: Erkennen potenziell gefährlicher Verhaltensweisen von Personen, die Kinder missbrauchen]. *Deviant Behavior*, 38(6), 724–733. doi:10.1080/01639625.2016.1197656

<p>Suche nach potenziellen Zielpersonen</p>  <p><i>Die Suche nach Zielen ist ein sehr strategischer und gut geplanter Prozess, der den ersten Schritt des Anwerbeprozesses darstellt.</i></p>	<p>Konzentration auf</p> <ul style="list-style-type: none"> • Personen vor einem neuen Lebensabschnitt mit möglichen psychischen Anfälligkeiten (z. B. geringes Selbstbewusstsein, soziale Naivität oder Isolierung) • Personen, die mehr über die Ideologie erfahren möchten • Personen mit Führungskompetenzen oder Kampffertigkeiten (je nach Zweck der Anwerbung) 	<p>Meiden</p> <ul style="list-style-type: none"> • Personen mit psychischen Gesundheitsproblemen oder eindeutig erkennbaren Störungen • Personen, die zu kritisch eingestellt sind oder hohe Resilienz aufweisen • Personen mit umfassendem Wissen über die Ideologie
<p>Auf potenzielle Zielpersonen zugehen</p> 	<p>RekrutiererInnen möchten im Rahmen täglicher Routinen auf KandidatInnen zugehen, indem sie sich etwa am gleichen Ort aufhalten und vorgeben, die gleichen Hobbys zu haben, oder zum Beten in die gleiche Moschee gehen. Sie versuchen, sich durch eine andere Person, der die Zielperson vertraut, oder jemanden aus der gleichen Gemeinschaft vorstellen zu lassen.</p> <p>Die RekrutiererInnen werden angehalten, Unterhaltungen zu führen, gemeinsame Interessen zu finden (Religion, persönliche Probleme, Politik) und mehr über die Persönlichkeit der Kandidatin oder des Kandidaten zu erfahren. So soll letztendlich das Vertrauen der Zielperson erlangt werden, bevor der nächste Schritt der Anwerbung beginnen kann.</p>	
<p>Die Ideologie vorstellen</p> 	<p>Da Religion und/oder Ideologie in dieser Phase eine zentrale Rolle spielen, sollen RekrutiererInnen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • keine Unterschiede gegenüber gängigen Auslegungen ihrer Religion oder moderaten Versionen ihrer Ideologie zur Sprache bringen • Gefahren durch andere Gruppen betonen • Zweifel gegenüber anderen Zweigen der Ideologie oder anderen Glaubenssystemen im Allgemeinen säen • „gelehrte oder einflussreiche Personen“ als einzige zuverlässige Quelle aufzeigen • Materialien (Flugblätter, Bücher) weitergeben <p>Die Länge dieser Phase hängt vom Charakter der Zielperson, dem Manipulationstalent der AnwerberInnen und externen Faktoren ab und endet mit dem Austausch von Kontaktdaten.</p>	
<p>Zur ersten Teilnahme überzeugen</p> 	<ul style="list-style-type: none"> • Die Indoktrination wird ernster und persönlicher. Die AnwerberInnen bauen eine Kommunikationsstrategie auf, indem sie Mittel zur einfachen Kommunikation finden (Facebook, WhatsApp etc.). • Die AnwerberInnen überzeugen ihre jeweilige Zielperson mittels Manipulationstaktiken (z. B. „Love Bombing“). Sie wird beispielsweise zu Vorlesungen, Konferenzen (z. B. Dawrah) oder Abendessen eingeladen. Damit soll eine emotionale Beziehung (Freundschaft) aufgebaut werden, durch welche die Zielperson wiederum einfacher durch den Anwerber oder die Anwerberin zu beeinflussen ist. Die AnwerberInnen sorgen dafür, dass sich ihre Zielperson wichtig und wertgeschätzt fühlt. • Die AnwerberInnen möchten die Zielperson von ihrem früheren Leben isolieren und alle Verbindungen kappen, die den Prozess stören könnten (zu Freunden und Verwandten, die der Rekrutierung entgegenwirken könnten). In dieser Phase verändert sich das Leben der Zielperson drastisch, da ein Vakuum entsteht, wo Meinungen von Freunden und Vorbildern unangenehm werden oder den neuen Überzeugungen widersprechen, woraufhin die rekrutierte Person weitere Führung durch die neuen Freunde des terroristischen Umfelds sucht (Bestätigungsfehler oder „Confirmation Bias“). In den Mikro-Gemeinschaften aus Gleichgesinnten wächst die Hingabe zur Ideologie und Gruppe, und die Überzeugungen festigen sich. • AnwerberInnen schenken der intrinsic Motivation der Zielperson stets Aufmerksamkeit. Aus welchem (psychologischen oder emotionalen) Grund ist sie der Gruppe hauptsächlich beigetreten, was ist für sie sinnstiftend? 	
<p>Zu permanenter Teilnahme</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Indoktrinationsmaßnahmen beinhalten, dass die Zielperson individuell in kleinen Gruppen aktiv ist, die sie dazu bewegen, ihr eigenes Potenzial für kommendes Engagement festzustellen (z. B. die Teilnahme an Propaganda-Aktivitäten, Unterricht durch radikale Personen oder selbsternannte ExpertInnen in Bezug auf die Ideologie). Damit wird auch die 	

<p style="text-align: center; font-weight: bold; margin: 0;">ermutigen</p> 	<p>Bindung an die Gruppe überprüft.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Die Indoktrination ist abgeschlossen, wenn der Kandidat oder die Kandidatin die radikale Ideologie angenommen hat, die eigene Rolle in der Strategie versteht und bereit für aktives Engagement ist. • In dieser Phase werden KandidatInnen beurteilt, um zu ermitteln, ob sie für die spezifische Rolle bereit sind, welche die Gruppe für sie vorsieht. Dies kann bedeuten, dass sie selbst zu AnwerberInnen werden. • Die letzte Phase besteht im aktiven Engagement, das aus gewaltfreien Aktionen oder auch Gewalttaten bestehen kann. Die tiefe persönliche Hingabe der KandidatInnen führt dazu, dass sie ihren Versprechen gemäß handeln (z. B. Luzifer-Effekt). Diese Hingabe erleichtert ihre Entscheidungen, da sie über weniger Dinge nachdenken müssen ⁽⁵⁾.
--	---

Anwerbetaktiken

Die Rekrutierung erfordert oft einen Ansatz, der auf eine persönliche Beziehung ausgerichtet ist und den wir hier als „Anwerbung“ bezeichnen. Auch wenn sie **von der Botschaft fasziniert sind, werden potenzielle RekrutInnen methodisch kontrolliert**. Dies kostet viel Zeit, manchmal wird über Jahre hinweg eine Beziehung zur Zielperson aufgebaut.

(a) **Love Bombing**. Beim ersten Schritt schenken AnwerberInnen der zu rekrutierenden Person mittel der Love-Bombing-Technik in hohem Maße Zuneigung, Respekt und völlige Bestätigung, um den Glauben zu schüren, sie seien von der Gesellschaft mit ihren Gesetzen und Strukturen im Stich gelassen worden, wodurch sie sich entfremdet fühlen. Diese Bestätigung und der Respekt für persönliche Integrität weckt bei den Zielpersonen das Bedürfnis, Teil der Gruppe der RekrutiererInnen zu sein. Zu den Maßnahmen, mit denen dies erreicht wird, zählen u. a. die Anreise zu Veranstaltungen, das Spendieren von Mahlzeiten und Getränken oder das stetige Senden freundlicher Nachrichten. So soll Vertrauen aufgebaut werden.

(b) **Isolation von Informationen**. Es wird versucht, den Zugang zu Medien zu beschränken und Informationen „von außerhalb“ in Verruf zu bringen (es handele sich um Fake News oder Verschwörungen). Ersatzweise bieten AnwerberInnen der Zielperson ihre eigenen Medienkanäle, Magazine und Bücher an.

(c) **Soziale Isolation**. Die AnwerberInnen möchten den Kontakt zu allen anderen Menschen abschneiden, die Einfluss auf die potenziellen RekrutInnen nehmen könnten (z. B. wichtige Bezugspersonen, Verwandte und FreundInnen). Dies wird erreicht, indem sie entweder auf die eigene Seite gezogen oder aber dämonisiert werden (beispielsweise wird das Verhalten von FreundInnen und Familienmitgliedern als haram oder sündig bezeichnet oder es werden sorgfältig formulierte Fragen gestellt, die arglos erscheinen, aber eine verdeckte Kritik an den betreffenden Verwandten darstellen). Verwandte und FreundInnen verhalten sich in diesem Prozess häufig selbst nicht hilfreich, wenn sie sehr aggressiv auftreten.

(d) **Übernahme der Kontrolle**. Recht früh in diesem Prozess beginnen die AnwerberInnen, die Zielperson zu kontrollieren, indem sie sie einfache Aufgaben ausführen lassen. Zudem machen sie Vorschriften hinsichtlich der Lebensgestaltung und bestimmen beispielsweise ihre Ernährung. Dieser Ansatz ähnelt der „Foot-in-the-door“-Technik. Die eigentlichen Aufgaben sind auch Teil dieses Prozesses, da sie den Zwecken der Gruppe dienen und die angeworbene Person allmählich dazu bringen, wie die Gruppe zu denken. Das Bedürfnis nach Akzeptanz wächst, sodass die rekrutierte Person mit der Zeit gewichtigere Aufgaben annehmen kann.

Was in diesem Zusammenhang genau verstanden werden muss, ist der **Luzifer-Effekt**: Der Psychologe Philip Zimbardo beschreibt diese charakterliche Wandlung als „den Luzifer-Effekt“ ⁽⁶⁾. Seine Versuche zeigen, dass Menschen sich an die Situationen anpassen, mit denen sie konfrontiert sind, und Schritt für Schritt zu weiteren Taten ermutigt werden können. Extremistische Organisationen machen von dieser „Commitment-and-Consistency“-Technik Gebrauch, indem sie bewusst das ungeschriebene psychologische Gesetz ausnutzen, dass Menschen Vereinbarungen im Allgemeinen ungern brechen.

Sie wissen, dass ihre Unterstützer eher im Interesse der Organisation handeln werden, nachdem sie eine Aufgabe angenommen haben, mit der sie auf das übergeordnete Ziel hinwirken. Es liegt in unserer Natur, Zusicherungen auch einhalten zu wollen und unser Verhalten an vorherrschende Einstellungen und Werte sowie

⁽⁵⁾ Weitere Informationen zu Rekrutierungsstrategien des IS finden sich im folgenden Dokument des NATO Strategic Communications Centre of Excellence (2016): [„Daesh recruitment: How the group attracts supporters“ \[IS-Rekrutierung: Wie die Gruppe Unterstützer anzieht\]](#).

⁽⁶⁾ Zimbardo, P. (2007). The Lucifer effect: Understanding how good people turn evil [Der Luzifer-Effekt: Warum gute Menschen böse werden]. New York, NY: Random House.

vorausgegangene Handlungen anzupassen. Selbst rekrutierte Personen, die noch nicht an dem Punkt angelangt sind, sich wie von der Organisation oder einer anderen Person gewünscht zu verhalten, werden mit der Zeit höchstwahrscheinlich ihre Ansichten ändern und sich an terroristischen Handlungen beteiligen. Extremistische Organisationen ermutigen Personen, die noch nicht zur direkten Mitwirkung an einem Selbstmordanschlag oder einer terroristischen Kampagne bereit sind, dazu, die Organisation auf eine für sie akzeptable Weise zu unterstützen. Es ist jedoch nur eine Frage der Zeit, bis eine umfassendere Verpflichtung verlangt wird (7).

Positive Aufmerksamkeit und Lob verschwinden allmählich und werden zunehmend durch Bestrafung ersetzt, die oft zufällig erfolgt, um Unsicherheit zu erzeugen. Wenn AnwerberInnen in Fällen, in denen sie dies zuvor taten, plötzlich keine positive Aufmerksamkeit und Bestätigung mehr spenden, fragt sich die Zielperson, was sie falsch gemacht haben könnte, und möchte diese Annehmlichkeiten unbedingt zurückgewinnen. Die **Bestrafung muss nicht unbedingt körperlicher Art sein**, sie kann auch in der Drohung, den Kontakt zur Gruppe zu entziehen, oder anderen sozialen Mechanismen bestehen. Eine verbreitete Taktik ist in diesen Zusammenhang das **Gaslighting**, bei dem bei der Zielperson oder Zielgruppe Zweifel gesät werden, sodass diese ihrer eigenen Erinnerung, Wahrnehmung und geistigen Gesundheit nicht mehr traut.

(e) **Taktiken zur Deindividualisierung** sollen die Zielperson dazu bringen, die eigene Individualität teilweise aufzugeben, Hemmungen gegenüber ungewöhnlichem Verhalten abzubauen und weniger an sich selbst, sondern mehr an die Gruppe zu denken. Zu diesen Taktiken gehört, dass Mitglieder **symbolisch wiedergeboren werden oder ihr Leben stark verändern**, um auszudrücken, dass die ursprüngliche Persönlichkeit eines Menschen mangelhaft sei und überwunden werden müsse, was Verunsicherung erzeugt. Beispielsweise könnten sie einen neuen Namen annehmen, übereinstimmende Kleidung oder Uniformen tragen und zur Stärkung des Gruppenbewusstseins gemeinsam ritualisierten Tätigkeiten nachgehen. Der Alltag orientiert sich an der Gruppe und individuelle Autonomie wird weiter unterminiert.

An diesem Punkt ist die Zielperson von der Außenwelt isoliert und stark an die Organisation gebunden. Verlassen kann sie die Gruppe nur noch zu einem hohen Preis. Die Person hat sich inzwischen für gewöhnlich an verschiedenen Aktivitäten beteiligt, die die Gesellschaft außerhalb der Gruppe ablehnt, was einen Ausstieg zusätzlich deutlich erschwert. Je zahlreicher die von der Person verübten Gewalt- und Straftaten sind, desto stärker ist die Verbindung zur Gruppe, was auch ein Ziel dieses gesamten Prozesses ist.

Bedeutung für die Sozialarbeit

Einer der ersten Schritte besteht darin, **Anwerbung als Misshandlung anzuerkennen**. In einem früheren gemeinsamen Treffen der RAN-Arbeitsgruppen YF&C und H&SC (8) wurden die bestehenden Herausforderungen dargelegt.

- Die **Schwierigkeit, für Radikalisierung anfällige Personen zu erkennen**, insbesondere in den ersten Radikalisierungsphasen, da die Anzeichen (Isolation, Frustration) denen anderer Problematiken (z. B. Sucht) ähnlich sind.
- Die Möglichkeit, **mit Betroffenen in Kontakt zu kommen** und sie und ihre Familien bei einem Richtungswechsel zu unterstützen. Familien und soziale Umgebungen spielen bei diesem Prozess eine entscheidende Rolle.
- **Sowohl die Betroffenen als auch deren Familien beim Ausstiegsprozess unterstützen**. Erfolg ist nur durch Zusammenarbeit möglich, diese ist jedoch nicht immer leicht zu erreichen. Zudem ist die Beziehung zwischen der individuellen und der sozialen Umgebung der Betroffenen nicht immer positiv, wodurch sie unter Umständen überhaupt erst zum Ziel der Anwerbung wurden.

⁷ NATO Strategic Communications Centre of Excellence. (2016). *Daesh recruitment: How the group attracts supporters [IS-Rekrutierung: Wie die Gruppe Unterstützer anzieht]*. Riga, Lettland: NATO StratCom CoE.

⁸ Molenkamp, M., Kroft, F. und Verdegaal, M., *Working with families and safeguarding children from radicalisation. Step-by-step guidance paper for practitioners and policy-makers [Arbeit mit Familien und Schutz von Kindern vor Radikalisierung. Schritt-für-Schritt-Leitfaden für praktisch Tätige und politische EntscheidungsträgerInnen]*, Ex-post-Beitrag. Nizza, Frankreich: RAN Centre of Excellence, 2.-3. Februar 2017.

In manchen Fällen sollte interveniert werden, wenn eine Anwerbung zu erkennen ist, anstatt eine konkrete Straftat der Anwerberin oder des Anwerbers abzuwarten. Viele Erkenntnisse aus der Erforschung ähnlicher Phänomene, wie der Anbahnung sexueller Kontakte zu Kindern, könnten übertragbar sein ⁽⁹⁾. Im Verlauf eines Anwerbeprozesses kommt es früher oder später immer zu einer Verhaltensänderung, die von medizinischen Fachkräften, SozialarbeiterInnen, wichtigen Personen in Gemeinschaften und Akteuren im Bildungswesen erkannt werden könnte.

Aufbau von Resilienz in der Gemeinschaft

Die Entwicklung einer emotionalen Bindung zwischen dem Anwerber bzw. der Anwerberin und der Zielperson ist für die Dynamik der Anwerbung von zentraler Bedeutung und sollte bei Interventionen einen zentralen Ansatzpunkt darstellen. So sollten Heranwachsende im Rahmen von Präventionsmaßnahmen über diese Strategien und den potenziellen Einfluss auf die Zielpersonen informiert und davor gewarnt werden. **Niemand lässt sich gern manipulieren!** Durch Sensibilisierung können Gemeinschaften die Anwerbetaktiken wirkungslos machen und die Entwicklung einer emotionalen Bindung zu den AnwerberInnen verhindern. Außerdem könnten Warnungen vor Anwerbetaktiken und Manipulationstechniken deren Wirkung vermindern und die Wahrscheinlichkeit steigern, dass die Zielperson ein Verhalten als manipulativ erkennt. Kinder, Eltern und Mitglieder der Gemeinschaft besser über mögliche Anwerbetekniken zu informieren, kann somit äußerst hilfreich sein. Auf der rechten Seite sehen Sie ein Infoblatt als Beispiel ⁽¹⁰⁾.

Sensibilisierung von Fachkräften

Fachkräfte sind nicht immer in der Lage, potenzielle Anwerbetekniken extremistischer Gruppen zu erkennen. Die AnwerberInnen könnten unerkant bleiben, wenn sich Fachkräfte nicht bewusst sind, was Anwerbung ist oder was als Anwerbung einzustufen ist. Erwachsene innerhalb der Gemeinschaft könnten durch verschiedene Mittel weitergebildet werden, etwa durch **Flugblätter**, die an von Bezugspersonen besuchten Orten ausliegen und Informationen für Lehrer und Schulpersonal enthalten, Ankündigungen des öffentlichen Diensts verbreiten oder Websites vorstellen, die sich an Familien, SozialarbeiterInnen sowie medizinische und Bildungseinrichtungen richten.

Keine Brücken einreißen

Wie oben erwähnt besteht ein wichtiger Aspekt der Anwerbung in der Isolation der Zielperson, was ein Gefühl der Zugehörigkeit zur neuen Gruppe schaffen soll und Rückkehrmöglichkeiten beseitigt. Es wurde erkannt, dass **einer der wichtigsten Faktoren, der die Anwerbung einer Person verhindert, im Erhalt der früheren sozialen Kontakte besteht. SozialarbeiterInnen sind eine Brücke** zur nicht extremistischen Welt. Wenn SozialarbeiterInnen Familien und FreundInnen erreichen können, während die Zielperson isoliert werden soll, können sie dem Einfluss der extremistischen Bewegung entgegenwirken. SozialarbeiterInnen müssen Verwandte und FreundInnen dazu ermutigen und befähigen, den Kontakt zur angeworbenen Person aufrechtzuerhalten oder ihn herzustellen. Ist dies nicht möglich, müssen die SozialarbeiterInnen eingreifen. Insbesondere sollten Personen, die häufig mit jungen Menschen und Kindern in Kontakt stehen (z. B. Fachkräfte an Schulen, in der Sozialfürsorge und in der Beratung), sich bewusst sein, dass potenzielle AnwerberInnen junge Menschen als Ziel wählen könnten und sich dabei insbesondere auf anfälligeren Personen konzentrieren werden. Menschen genauer darüber zu informieren, was es mit Anwerbungen auf sich hat und um wen es sich bei den Tätern handelt, könnte dazu beitragen, diese Personen aufzuspüren, noch bevor sie aktiv werden.

⁹ Winters, G. M. und Jeglic, E. L. (2017). [Stages of sexual grooming: Recognizing potentially predatory behaviors of child molesters](#) [Phasen der Anbahnung sexueller Kontakte zu Minderjährigen: Erkennen potenziell gefährlicher Verhaltensweisen von Personen, die Kinder missbrauchen]. *Deviant Behavior*, 38(6), 724–733. doi:10.1080/01639625.2016.1197656

¹⁰ Siehe: [The Grooming Process and Warning Signs](#) [Der Anwerbeprozess und seine Warnzeichen].

Das Leben in neue Bahnen lenken – RetterIn sein

Für PräventionsarbeiterInnen ist es wichtig, anfälligen Personen den **Unterschied zwischen einem Angebot (Lebensart und Ideologie) und dem klarzumachen, was sich dahinter verbirgt**. Es ist unerlässlich, Betroffenen mithilfe der lokalen Netzwerke Hoffnung und eine Perspektive zu schenken und sie auf einen neuen Lebensweg zu führen.

Zwei hilfreiche Methoden, um jemandes Leben in neue Bahnen zu lenken, sind folgende:

1. **Motivierende Gesprächsführung.** Eine schnelle und wirksame Technik, die auf die Betroffenen ausgerichtet ist und ihnen ermöglicht, sich selbst Ziele zu setzen und eigene Entscheidungen zu treffen, indem man sie dabei unterstützt, herauszufinden, was ihnen im Leben wichtig ist ⁽¹¹⁾.
2. **Gespräch zur Befähigung.** Diese Technik wird von der norwegischen Polizei eingesetzt und schafft für alle Beteiligten einen Raum, ihre Ansichten offen auszudrücken. Indem sie sich einen Überblick über die Situation verschaffen, können alle Parteien zu einem gemeinsamen Verständnis des Problems gelangen. Erst dann kann an einer Verbesserung gearbeitet werden. Diese Methode wird in der RAN-Sammlung beschrieben ⁽¹²⁾.

Alles wie gewohnt?

Trotz aller Chancen für eine Intervention ist es nicht unwahrscheinlich, dass medizinische Fachkräfte und SozialarbeiterInnen Betroffene nicht als solche erkennen. Mit zunehmendem Wissen aus der Erforschung ähnlicher Phänomene wie Sekten, Banden, Anbahnung sexueller Kontakte zu Minderjährigen und Menschenhandel sowie Kenntnissen zu Analyseinstrumenten und Interventionsstrategien können Fachkräfte nun beginnen, die richtigen Fragen zu stellen und Betroffenen dabei helfen, keine weitere Ausnutzung und Misshandlung zuzulassen. Die Arbeit an der Prävention von gewaltbereitem Extremismus ähnelt dem Umgang mit Problemen, mit denen medizinische Fachkräfte und SozialarbeiterInnen häufiger zu tun haben. Die Vorgehensweise der AnwerberInnen, die in diesem Dokument beschrieben wurde, ist den meisten SozialarbeiterInnen grundsätzlich nicht neu, wenn sie beispielsweise dafür geschult sind, die Anbahnung sexueller Kontakte zu Kindern zu unterbinden. Ist dies nicht der Fall, **müssen SozialarbeiterInnen darüber unterrichtet werden, wie die Anwerbung abläuft** und wie sie erkennen, in welcher Phase sich die Zielperson befindet. SozialarbeiterInnen müssen abhängig davon, in welcher Anwerbephase sich der oder die Betroffene befindet, einen passenden Ansatz wählen.



Loslösung der AnwerberInnen

Obwohl dies nicht den Schwerpunkt des Treffens darstellte, gehen wir in diesem Abschnitt kurz auf die Loslösung erfolgreicher AnwerberInnen im Gegensatz zu eher ungeschickten AnwerberInnen ein, die in ihrer Organisation möglicherweise eine andere Stellung bekleiden. Dieser Unterschied ist von Bedeutung, da erfolgreiche AnwerberInnen das Gesicht und in manchen Fällen den „Guru“ der Organisation und damit den wichtigsten Faktor für den Erfolg von Anwerbung darstellen. Eine solche Person aus der Gruppe zu entfernen, könnte einem vernichtenden Schlag gegen die Organisation als Ganzes gleichkommen, vor allem, wenn die Person das Umfeld aus eigener Entscheidung verlässt oder ihren Fall selbst herbeiführt. Diese Anführer sind fehlbar, wie der Niedergang zahlreicher Sekten und einiger Neonazigruppen demonstriert. Indem **Zweifel unter den Anhängern gesät werden**, könnte die Organisation bis zur Auflösung geführt werden, woraufhin die Loslösung oder Deradikalisierung beginnen kann. Die Loslösung erfolgreicher AnwerberInnen gestaltet sich aber womöglich komplizierter. Eine Person muss aus einer Gruppe genommen werden, in der sie sich an eine einflussreiche Position gearbeitet hat. Wie im kürzlich veröffentlichten Beitrag von RAN EXIT „Setting up an exit intervention“

¹¹ Siehe: [Motivational Interviewing in therapy](#) [Motivierende Gesprächsführung in der Therapie].

¹² Siehe: [Ein Leitfaden für befähigende Polizeigespräche \(Norwegisch: Bekymringssamtale\)](#).

[Einrichtung einer Ausstiegsintervention] ⁽¹³⁾ erwähnt, handelt es sich bei der Loslösung nicht um eine einzelne Maßnahme. Sozialdienste, die Polizei, Medien, lokale Behörden, der Geheimdienst und Familienmitglieder sind nur einige der Akteure, die bei einer solchen Intervention eine Rolle spielen. Mit diesen Akteuren Informationen auszutauschen und zusammenzuarbeiten ist für den Erfolg ausschlaggebend. Welche Stelle für die Loslösung des Anwerbers oder der Anwerberin am besten geeignet ist, hängt vom Profil und von der Position dieser Person sowie davon ab, ob dieser Versuch mit besonderen Gefahren verbunden ist.

Für die erfolgreiche Loslösung suchen die Fachkräfte den besten Ansatz zur „**Anwerbung des Anwerbers**“, indem sie einige der in diesem Beitrag beschriebenen Anwerbertechniken selbst anwenden. Daher ist ein personenorientierter Ansatz erforderlich. In einigen Fällen kann dieser beinhalten, **die eigennützigen Motivationen (Status, Macht, Kontrolle) der Person neu zu kanalisieren**, indem man ihr eine ähnliche sinnstiftende Stellung von Bedeutung in einem anderen Kontext aufzeigt. Die hinter dem Verhalten stehende Funktion muss erkannt werden, um der Person eine neue Richtung weisen und somit eine Ausstiegsmöglichkeit bieten zu können. In anderen Fällen bedeutet dieser Ansatz, der Person **den Wind aus den Segeln zu nehmen**, indem man die Tatsache anspricht, dass sie selbst von der Gruppe oder AnwerberInnen für deren Zwecke manipuliert wurde. Das Wissen darüber, dass man angeworben wird, schafft die höchste Resilienz, denn wie erwähnt: Niemand lässt sich gern manipulieren.

Abschließend ist ein anderer Ansatz zu erwähnen, bei dem **die AnführerInnen dieser Gruppen diskreditiert werden**. Werden erfolgreiche AnwerberInnen diskreditiert, können die Fachkräfte möglicherweise die Gruppe als Ganzes zerschlagen, da die desillusionierten Mitglieder einem Ausstieg offener gegenüberstehen. Hieran können Polizei und Geheimdienste entscheidend mitwirken, und Taktiken, die bereits zur Diskreditierung der AnführerInnen gegen kriminelle Banden eingesetzt wurden, weisen ein hohes Wirkungspotenzial auf. Wenn sich PolizeibeamtInnen regelmäßig mit AnwerberInnen unterhalten, wirkt sich dies negativ auf deren Glaubwürdigkeit aus. In einigen Fällen erfuhren Gruppen von Misshandlungen durch die jeweiligen AnwerberInnen oder AnführerInnen, wodurch diese wirksam diskreditiert wurden und ihre Stellung verloren, woraufhin sich die Organisationen in großen Teilen auflösten. Letztendlich geht es darum, **eine Person oder Gruppe zu entzaubern** und so die Tür zu einem alternativen Lebensweg aufzustoßen.

Empfohlene weiterführende Literatur

Almendros, C., Gámez-Guadix, M., Carrobes, J. A. und Rodríguez-Carballeira, A. (2011). Abuso psicológico en grupos manipuladores [Psychische Misshandlung in manipulativen Gruppen]. *Verhaltenspsychologie/Psicología Conductual: Revista Internacional Clínica y de la Salud*, 19(1), 157–182.

Dubrow-Marshall, R., van de Donk, M. und Haanstra, W., Lektionen aus angrenzenden Bereichen: Kulte, Ex-post-Beitrag. Bordeaux, Frankreich: RAN EXIT, 27.–28. Juni 2017.

Gámez-Guadix, M., Almendros, C., Calvete, E. und de Santisteban, P. (2017). Persuasion strategies and sexual solicitations and interactions in online sexual grooming of adolescents: Modeling direct and indirect pathways [Überredungsstrategien und sexuelle Nötigung sowie Interaktionen bei der Anbahnung sexueller Kontakte mit Heranwachsenden im Internet: Modellierung direkter und indirekter Verläufe]. *Journal of Adolescence*, 63, 11–18. doi:10.1016/j.adolescence.2017

Järvå, H., Angrenzende Bereiche: Banden, Ex-post-Beitrag. Prag, Tschechische Republik: RAN Centre of Excellence, 11.–12. September 2018.

Molenkamp, M., Kroft, F. und Verdegaal, M., Working with families and safeguarding children from radicalisation. Step-by-step guidance paper for practitioners and policy-makers [Arbeit mit Familien und Schutz von Kindern vor Radikalisierung. Schritt-für-Schritt-Leitfaden für praktisch Tätige und politische EntscheidungsträgerInnen], Ex-post-Beitrag. Nizza, Frankreich: RAN Centre of Excellence, 2.–3. Februar 2017.

RAN CoE, RAN C&N, Workshop on jihadist propaganda and how to respond [Workshop zu dschihadistischer Propaganda und angemessenen Reaktionen], Ex-post-Beitrag. Amsterdam, Niederlande: RAN Centre of Excellence, 3.–4. Oktober 2016.

Ranstorp, M., Die Wurzeln des gewaltbereiten Extremismus, RAN-Themenpapier. Radicalisation Awareness Network, 2016.

¹³ RAN EXIT, [Setting up an exit intervention \[Einrichtung einer Ausstiegsintervention\]](#), Ex-post-Beitrag. Berlin, Deutschland: Radicalisation Awareness Network, 13.–14. Februar 2017.

Rodríguez-Carballeira, A., Porrúa-García, C., Escartín, J., Martín-Peña, J. und Almendros, C. (2014). Taxonomy and hierarchy of psychological abuse strategies in intimate partner relationships [Taxonomie und Hierarchie von Strategien für psychische Misshandlung in intimen Partnerbeziehungen]. *Anales de Psicología / Annals of Psychology*, 30(3), 916–926.

Verdegaal, M., Die Rolle der Geschlechter im Bereich Extremismus und P/CVE, Ex-post-Beitrag. Manchester, Vereinigtes Königreich: Radicalisation Awareness Network, 29.–30. November 2018.

Winters, G. M. und Jeglic, E. L. (2017). Stages of sexual grooming: Recognizing potentially predatory behaviors of child molesters [Phasen der Anbahnung sexueller Kontakte zu Minderjährigen: Erkennen potenziell gefährlicher Verhaltensweisen von Personen, die Kinder missbrauchen]. *Deviant Behavior*, 38(6), 724–733.
doi:10.1080/01639625.2016.1197656

Zeuthen, M., & Sahgal, G., Gender and violent extremism [Geschlecht und gewaltbereiter Extremismus]. RUSI-Konferenzbeitrag. London: Royal United Services Institute for Defence and Security Studies.