

Premiere oder Wiederaufführung?

Ein Vergleich der Kommunikationsstrategien von RAF und Al-Qaida

Judith Tinnes

März 2012

Die Anschläge vom 11. September haben die RAF aus dem medialen Rampenlicht gedrängt. Das Ausmaß des Terrorakts, der rund 3000 Menschenleben forderte, hat eine Ära eingeleitet, die vielfach als neue Dimension des Terrorismus empfunden wird. Die Schockwirkung – welche nicht zuletzt vom globalen Wirkungsradius des von Osama bin Laden gegründeten Terrornetzwerks ausgeht, während die RAF „in erster Linie ein bundesrepublikanisches Problem“¹ blieb – hat bestehende Ähnlichkeiten zwischen den terroristischen Akteuren zunächst überblendet. Auch die gravierende Veränderung unseres Informationsraums, bedingt durch das Aufkommen der neuen Medien (vornehmlich des Internets) hat den Eindruck entstehen lassen, Al-Qaida (AQ) bediene sich einer gänzlich neuen Kommunikationsstrategie. Jedoch gelangt der Medienwissenschaftler Andreas Elter in seinem Buch »Die RAF und die Medien« zu dem Fazit, dass die Kommunikationsstrategien der RAF und des AQ-Netzwerks „bei allen ideologischen Unterschieden Ähnlichkeiten aufweisen.“²

Ausgehend von Elters These soll der vorliegende Beitrag näher untersuchen, welche Gemeinsamkeiten zwischen den Kommunikationsstrategien von RAF und AQ bestehen. Auf Grund der zunehmenden Dezentralisierung von AQ, in der sich das ursprünglich hierarchisch strukturierte Netzwerk von einer Organisation zu einer Idee, zum »Al-Qaidismus«³ gewandelt hat, sollen nicht nur die medialen Aktivitäten der von Bin Laden gegründeten Kernorganisation (oftmals als AQ Central bezeichnet), sondern auch die ihrer regionalen »Filialen« sowie unabhängiger jihadistischer Organisationen und Personen, die von der AQ-Ideologie nennenswert beeinflusst wurden, in die Betrachtung einfließen.

1 Elter, Andreas (2008): *Propaganda der Tat. Die RAF und die Medien*. Frankfurt: Suhrkamp, S. 83.

2 Elter, Andreas (2008): *Propaganda der Tat. Die RAF und die Medien*. Frankfurt: Suhrkamp, S. 266.

3 vgl. PBS (2007): *JIHAD: The Men and Ideas Behind Al Qaeda*. TV-Dokumentation. Regie/Bericht: William Cran, Clive Syddall, Adam Lively. PBS: 15-04-2007 (America at a Crossroads), 21:00.

1 Terrorismus als Kommunikationsstrategie

Nach Meinung von Terrorismusforschern konstituiert Terrorismus entweder primär⁴ oder nachrangig⁵ eine Kommunikationsstrategie. Terroristen bilden eine zahlenmäßige Minderheit, die aus militärischer Sicht keine ernst zu nehmende Bedrohung darstellt. Aus ihrer Position der Schwäche heraus setzen sie Gewalt als Kommunikationsvehikel ein, um höchstmögliche Aufmerksamkeit zu erlangen, die es ihnen ermöglicht, Botschaften an einen möglichst breiten Rezipientenkreis zu senden. Diese Grundidee wurde bereits von den Anarchisten des 19. Jahrhunderts umgesetzt, die für sie eigens den Begriff »Propaganda der Tat« prägten.

1.1 Propaganda der Tat – Gewalt als Kommunikation

Anders als bei kriminellen Organisationen, die bei ihren Aktivitäten bewusst im Schatten bleiben wollen, ist die Gewalt von Terroristen keine Gewalt per se, sondern gleichzeitig immer eine Form von Kommunikation. Daher ist auch die binäre Unterscheidung zwischen Täter- und Opfergruppe, die für kriminell motivierte Verbrechen gilt, auf den Terrorismus nicht übertragbar. Ein inhärentes Charakteristikum von Terrorismus ist vielmehr ein „Dreiklang aus Tätergruppe, Opfergruppe und Zielgruppe(n), wobei die Opfergruppe nur als Vehikel genutzt wird, um psychischen Druck auf die eigentliche(n) Zielgruppe(n) aufzubauen“ [Hervorhebung im Original]⁶. Weder der RAF noch der AQ ging es bei ihren Anschlägen primär darum, den Opfern persönlich zu schaden. Personen wie Hanns Martin Schleyer oder die Angestellten im World Trade Center besaßen für ihre Operationen allenfalls einen symbolischen Wert. Vielmehr wollten die Terroristen mit der psychologischen Hebelwirkung ihrer Gewalt ihre Zielgruppen beeinflussen, um einen politischen und gesellschaftlichen Umbruch herbeizuführen.

Statt sich einer offenen Konfrontation mit ihren Gegnern zu stellen, bei der sie nur unterliegen würden, verfolgen Terroristen eine Nadelstichpolitik, die sich die Prinzipien psychologischer Kriegsführung zu eigen macht. Indem sie klandestin operieren, lassen sie ihre Feinde über ihre Mitgliederzahl, ihre Schlagkraft, ihre geplanten Gewaltakte und ihre Regenerationsfähigkeit im

4 vgl. hierzu beispielsweise **Waldmann, Peter** (2006): *Zur Erklärung und Prognose von Terrorismus*. In: Kemmesies, Uwe E. (2006): *Terrorismus und Extremismus – der Zukunft auf der Spur. Beiträge zur Entwicklungsdynamik von Terrorismus und Extremismus – Möglichkeiten und Grenzen einer prognostischen Empirie*. München: Luchterhand, S. 256.

5 Hier sei beispielsweise Andreas Elter genannt. Für ihn bleibt „*das primäre Merkmal für Terrorismus [...] die physische Gewalt.*“ **Elter, Andreas** (2006): *Die RAF und die Medien. Ein Fallbeispiel für terroristische Kommunikation*. In: Kraushaar, Wolfgang [Hrsg.]: *Die RAF und der linke Terrorismus*. Hamburg: Hamburger Edition, S. 1060.

6 **Glück, Cornelia** (2007): *ETA und die Medien*. In: Glaab, Sonja (2007): *Medien und Terrorismus – Auf den Spuren einer symbiotischen Beziehung*. (Wissenschaft & Sicherheit, Bd. 3). Berlin: Berliner Wissenschaftsverlag, S. 18.

Ungewissen. Dadurch evozieren sie das Gefühl einer diffusen, nicht greifbaren Bedrohung, die ihnen „fast etwas Mystisches“⁷ verleiht. Ihr kalkuliertes Spiel mit Angst und Unsicherheit soll eine Demoralisierung des Feindes bewirken und einen Keil zwischen ihm und seine Anhänger treiben. Bei dieser Destabilisierungsstrategie spielt die

„Bevölkerung eine entscheidende Rolle [...]. Sie soll sich erheben und Partei gegen den Staat ergreifen. Dieser ist wiederum darauf aus, die Bevölkerung für seine Sicht der Dinge zu gewinnen. Das ist der Grund, warum terroristische Aktion und staatliche Reaktion wie in einer Arena vor großem Publikum aufgeführt werden.“⁸

In der Kommunikationsstrategie Terrorismus, deren Ziel im Übermitteln von Botschaften besteht, ist ein Anschlag allein nicht ausreichend, sondern wird erst dann erfolgreich, wenn bekannt wird, wer dafür verantwortlich ist. Daher muss die Propaganda der Tat stets durch eine Propaganda des Wortes ergänzt werden – diese besitzt einen ebenso hohen Stellenwert wie die Tat selbst. Sowohl die RAF als auch das AQ-Netzwerk haben eine Vielzahl von Bekennerschreiben, theoretischen Abhandlungen und multimedialen Publikationen veröffentlicht, in denen sie nicht nur die Verantwortung für ihre Anschläge übernehmen, sondern auch ihre Beweggründe legitimieren und ihre Zielsetzungen offen legen.

1.2 Medienkrieg – das zweigeteilte Schlachtfeld

Als Kommunikationsstrategie zielt Terrorismus auf die Sichtweisen und Einstellungen seiner Zielgruppe(n) ab. Auf Grund ihres Minderheitenstatus sind Terroristen darauf angewiesen, ihre Anhängerschaft zu vergrößern, um ihren Einfluss auszuweiten. Durch »Mobilisierung der Massen«, ein sozial-revolutionärer Slogan, den nicht nur die RAF, sondern auch das AQ-Netzwerk für sich entdeckt hat, versuchen die Akteure, eine kritische Masse für den bewaffneten Kampf zu gewinnen und so einer drohenden Marginalisierung entgegenzuwirken.

In unserer Welt der Massenkommunikation ist der Kampf um die »Herzen und Köpfe« der Adressaten eine Auseinandersetzung, die sich zu einem erheblichen Teil im medialen Raum abspielt. Mediale Dominanz, nicht nur im Hinblick auf die Quantität, sondern auch auf die Qualität der Berichterstattung (i.e. eine möglichst vorteilhafte Eigendarstellung und eine möglichst nachteilige Fremddarstellung des Gegners), ist zu einem der wichtigsten Kriegsziele avanciert. Als primäre Meinungsbildner mit hoher Reichweite sind die Mainstream-Medien (hierunter sollen nachfolgend die großen, etablierten Medienorgane wie international bekannte Fernsehsender,

⁷ Peters, Butz (2004): *Tödlicher Irrtum. Die Geschichte der RAF*. Berlin: Argon, S. 18.

⁸ Neubacher, Frank (2010): *Terrorismus – Was haben »Rote Armee Fraktion« und »Jihadisten« gemeinsam?* In: JURA, Heft 10/2010, S. 745.

Rundfunkstationen und Tageszeitungen verstanden werden) für das terroristische Konzept der Massenmobilisierung der Dreh- und Angelpunkt. Sie manipulativ zu beeinflussen ist für die Kommunikationsstrategie Terrorismus von zentraler Bedeutung.

Mündliche und schriftliche Aussagen von RAF- und AQ-Mitgliedern spiegeln die hohe Gewichtung der medialen Kriegsführung wider. In einem von amerikanischen Sicherheitsbehörden abgefangenen internen Brief, datiert auf den 09. Juli 2005, betont der damalige AQ-Vize Ayman al-Zawahiri gegenüber seinem Kommunikationspartner Abu Musab al-Zarqawi: „*I say to you: that we are in a battle, and that more than half of this battle is taking place in the battlefield of the media.*“⁹ Sowohl das AQ-Netzwerk als auch die RAF haben Strategiepapiere publiziert, in denen der Medienkrieg explizit thematisiert wird und in denen die Akteure Strategien vorstellen, um die Mainstream-Medien zu umgehen oder zu manipulieren. Ziel der Papiere ist das Entwickeln von Gegenmaßnahmen, um die „*Gleichschaltung der Medien zur Produktion einer offiziellen Öffentlichkeit*“¹⁰ zu verhindern.

2 Strategisches Kommunikationsmanagement

Zur Beeinflussung der Mainstream-Medien setzen Terroristen Gestaltungsmittel ein, die traditionell zum außenkommunikatorischen Repertoire von staatlichen Organen, Firmen, Organisationen und Einzelpersonen gehören und sich unter dem Terminus »strategisches Kommunikationsmanagement« subsumieren lassen. Ein inhärentes Kriterium jedes strategischen Vorgehens ist seine Zielgerichtetheit. Nach Elter kann man von einer terroristischen Kommunikationsstrategie dann sprechen, „*[w]enn eine Aktion ganz bewusst im Hinblick auf ihre mediale Verwertbarkeit geplant und durchgeführt wurde, sie also teleologisch ausgerichtet war oder ist*“¹¹. Bockstette definiert strategisches Kommunikationsmanagement als

*„the systematic planning and realization of information flow, communication, media development and image care in a long-term horizon. It conveys deliberate message(s) through the most suitable media to the designated audience(s) at the appropriate time to contribute to and achieve the desired long-term effect.“*¹²

9 zitiert nach **GlobalSecurity.org** (2005): *Letter from al-Zawahiri to al-Zarqawi*. (GlobalSecurity.org, o.D.).

Unter: http://www.globalsecurity.org/security/library/report/2005/zawahiri-zarqawi-letter_9jul2005.htm

10 **RAF**: *Erklärung zu '77*. Von Christian Klar und Brigitte Mohnhaupt, 4. Dezember 1984. Abgedruckt in: Hoffmann, Martin [Hrsg.] (1997): *Rote Armee Fraktion: Texte und Materialien zur Geschichte der RAF*. Berlin: ID-Verlag, S. 310.

11 **Elter, Andreas** (2006): *Die RAF und die Medien. Ein Fallbeispiel für terroristische Kommunikation*. In: Kraushaar, Wolfgang [Hrsg.]: *Die RAF und der linke Terrorismus*. Hamburg: Hamburger Edition, S. 1068.

12 **Bockstette, Carsten** (2008): *Jihadist Terrorist Use of Strategic Communication Management Techniques*. The Marshall Center Occasional Paper Series, Nr. 20, Dezember 2008.

Unter: <http://www.carlisle.army.mil/DIME/documents/FRONTPOST%20Jihadist%20and%20SC1.pdf>, S. 7.

Seiner Auffassung nach ist strategisches Kommunikationsmanagement ein fortlaufender Prozess, der drei Faktoren zueinander ins Gleichgewicht bringen muss: die Botschaft(en), den/die Rezipientenkreis(e) und den/die Medienkanäle.¹³ Nachfolgend wollen wir das strategische Kommunikationsmanagement der RAF und des AQ-Netzwerks unter Berücksichtigung dieser Faktoren näher betrachten.

2.1 Propaganda des Wortes – die terroristische Botschaft

Erklärtes Ziel des RAF- und AQ-Terrorismus – beides Formen des ideologisch-weltanschaulichen Terrorismus – war beziehungsweise ist der Umsturz des gesellschaftlich-politischen Ordnungsgefüges. Dabei verfolgt AQ globale Ambitionen, während die RAF in erster Linie auf ideologische Veränderungen des bundesrepublikanischen Staatssystems abzielte. Der sozial-revolutionär ausgerichtete Terrorismus der RAF entsprang säkularen linksextremistischen Bestrebungen. Abgeleitet aus marxistischem, leninistischem und maoistischem Gedankengut bezweckte er insbesondere die Umgestaltung bestehender Macht- und Besitzverhältnisse. Demgegenüber verfolgen die Vertreter des religiös-fundamentalistisch ausgerichteten AQ-Netzwerks das Ziel, eine neue Weltordnung in Form eines islamistischen Gottesstaates, in dem Gott der einzige Souverän ist und in dem keine Trennung zwischen Religion und Staat besteht, zu etablieren. Der Gottesstaat soll die gesellschaftspolitische Ordnung nachbilden, die zu Zeiten des Propheten Mohammed Gültigkeit besaß. Als einzig gültige Verfassung akzeptieren die Jihadisten die wortwörtliche Auslegung des Korans und das aus ihr abgeleitete islamische Rechtssystem (Scharia).¹⁴

Da sie ihre Ziele durch Propaganda der Tat (und somit durch Gewalt) zu erreichen versuchen – ein Vorgehen, das von der Mehrheit der Menschen weltweit vehement abgelehnt wird – sind Terroristen darauf angewiesen, ihre Handlungen möglichst publikumswirksam zu kommunizieren, um

13 Vgl. **Bockstette, Carsten** (2008): *Jihadist Terrorist Use of Strategic Communication Management Techniques*. The Marshall Center Occasional Paper Series, Nr. 20, Dezember 2008.

Unter: <http://www.carlisle.army.mil/DIME/documents/FRONTPOST%20Jihadist%20and%20SC1.pdf>, S. 7.

14 Weisen beide Ideologien auf den ersten Blick unvereinbare Unterschiede auf, die sich vor allem in der Dichotomie säkular vs religiös zu manifestieren scheinen, existiert in realiter eine erkennbare ideologische Schnittmenge. So bedient sich das AQ-Netzwerk beispielsweise regelmäßig sozial-revolutionärer Ideologeme, um Muslime aus sozio-ökonomischen Problemregionen zu mobilisieren. Vgl. hierzu beispielsweise **Hess, Henner** (2006): *Die neue Herausforderung. Von der RAF zu Al-Qaida*. In: Kraushaar, Wolfgang [Hrsg.]: *Die RAF und der linke Terrorismus*. Hamburg: Hamburger Edition, S. 103-122; **Heller, Daniel** (2008): *Moderner Terrorismus zwischen religiösen, politischen und sozialrevolutionären Motiven: das Beispiel AlQaida*. In: Straßner, Alexander [Hrsg.]: *Sozialrevolutionärer Terrorismus. Theorie, Ideologie, Fallbeispiele, Zukunftsszenarien*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, S. 435-454 sowie **Neubacher, Frank** (2010): *Terrorismus – Was haben »Rote Armee Fraktion« und »Jihadisten« gemeinsam?* In: JURA, Heft 10/2010, S. 744-749.

desavouierenden Reaktionen entgegenzusteuern. Im Hinblick auf ihre Kommunikationsziele müssen sie ihre Botschaft(en) daher strategisch sorgfältig formulieren. Die RAF und das AQ-Netzwerk haben zahlreiche Statements, theoretische Schriften und audiovisuelle Medien veröffentlicht, in denen sie ihr Vorgehen ideologisch zu begründen und zu legitimieren versuchen. Eine große Rolle spielt hierbei die Eigendarstellung der Akteure, die sich und ihr Handeln – im Sinne klassischer »PR« – in einem möglichst günstigen Licht zu präsentieren versuchen.

Ein zentrales rhetorisches Konzept, mit dem sich beide Gruppierungen in ihren Verlautbarungen in Szene setzen, ist das des Avantgardismus. Die Akteure präsentieren sich als Tatmenschen, als »Macher«, die nicht bereit sind, die bestehenden »Missverhältnisse« weiter hinzunehmen und daher uneigennützig für die Masse eintreten, von der sie sich dadurch abheben, dass sie zu aktivem Handeln bereit sind – bis hin zu einer Anwendung von Gewalt. Durch ihren elitären Habitus versuchen sie, ihren passiven Adressaten ein schlechtes Gewissen einzureden und sie dazu zu bewegen, die Schwelle von Passivität zur Aktivität zu überschreiten. So heißt es in der Erklärung zur Befreiung Andreas Baaders:

„Die Baader-Befreiungs-Aktion haben wir nicht den intellektuellen Schwätzern, den Hosenscheißern, den Alles-besser-Wissern zu erklären, sondern den potentiell revolutionären Teilen des Volkes [...] [d]ie auf das Geschwätz der 'Linken' nichts geben können, weil es ohne Folgen und Taten geblieben ist.“¹⁵

Einer Maxime Maos folgend, stuft die RAF den bewaffneten Kampf als höchste Form des Marxismus-Leninismus ein.¹⁶ Eine vergleichbare Einschätzung findet sich beim AQ-Netzwerk, für das der kleine (i.e. militante) Jihad die höchste Form des Islams konstituiert. Bei den Jihadisten manifestiert sich der Avantgarde-Gedanke im Konzept der »Siegreichen Gruppe« (al-ta'ifa al-mansura), *„considered by them to be the only group who have the correct Islamic beliefs. [...] [P]eople who do not support such violence are not members of The Saved Sect [Hervorhebung im Original].“¹⁷*

Die Gewalt, die sie anwenden, stellen die Akteure als Mittel zum Zweck dar, das ihnen von ihren Gegnern aufgezwungen wird. Sie porträtieren sich als Unterdrückte repressiver Staatssysteme, von denen sie verfolgt, gefoltert und ermordet werden. Angesichts der militärischen Übermacht der

15 **RAF**: *Die Rote Armee aufbauen. Erklärung zur Befreiung Andreas Baaders vom 5. Juni 1970*. Abgedruckt in: Hoffmann, Martin [Hrsg.] (1997): *Rote Armee Fraktion: Texte und Materialien zur Geschichte der RAF*. Berlin: ID-Verlag, S. 24.

16 vgl. **Peters, Butz** (2004): *Tödlicher Irrtum. Die Geschichte der RAF*. Berlin: Argon, S. 267.

17 **Musawi, Mohammed Ali** (2010): *Cheering for Osama. How Jihadists Use Internet Discussion Forums*. Unter: <http://www.quilliamfoundation.org/images/stories/pdfs/cheering-for-osama.pdf>, S. 29 u. 30.

Despoten bleibt ihnen zur Verteidigung als ultima ratio nur die terroristische Gewalt. Aus diesem Konzept der Selbstviktimisierung leiten sie positiv konnotierte Begriffe der Eigenzuschreibung ab: So instrumentalisierte die RAF den Begriff des Widerstands für sich – im Deutschland der Baader-Meinhof-Gruppe „ein Hochwertwort des politischen Sprachgebrauchs nach 1945, das die Gegenwehr gegen eine illegitime Herrschaft bezeichnete, vor allem die Versuche, das Hitler-Regime zu stürzen.“¹⁸ Auch das AQ-Netzwerk kommuniziert seine Selbstmordattentate und andere Gewaltakte regelmäßig als Widerstandskampf gegen die westliche Okkupation islamischer Nationen.

Ein mit dem Widerstandskampf eng verknüpfter Begriff ist der des Märtyrertums: Durch Hervorheben ihrer Bereitschaft, das eigene Leben für eine höhere Sache hinzugeben, berufen sich die Akteure auf eine hohe Moralität und liefern gleichzeitig eine mächtige „*transzendente Legitimation*“¹⁹. So erzielte die RAF

„[d]en stärksten Effekt an Mobilisierung und Mitgliederwerbung [...] bezeichnenderweise mit einem Märtyrertod, einem Akt quälender Selbstopferung – mit dem ultrasymbolischen Sterben des Holger Meins am 9. November, dem Tag der Republik-Proklamation 1918, des Hitler-Putschs, der 'Reichskristallnacht', später dem Fall der Berliner Mauer.“²⁰

Auf Grund seiner religiösen Dimension besitzt das Konzept des Märtyrertums für islamistische Terroristen eine besonders große Bedeutung. Als höchste Form des Gottesdienstes, der dem Märtyrer Zutritt in die hochrangigste Stufe des Paradieses gewährt, wird der Märtyrertod eines der ihren von Jihadisten als freudiges Ereignis empfunden. „*Congratulations to the Ummah of Islam with the martyrdom of her pious son Usama*“, heißt es beispielsweise in der am 06. Mai 2011 von AQ Central publizierten Erklärung zum Tod ihres Emirs. Sein Todestag wird gepriesen als „[a] *historical day in the great days of the Islamic Ummah*“²¹.

2.2 Das Publikum im Blick – die nutzergerechte Anpassung von Propaganda

Jede Kommunikationsstrategie steht und fällt mit ihren Rezipienten. Wer es versäumt, sich mit seinen Adressaten und ihren Bedürfnissen näher zu beschäftigen, hat wenig Aussicht, dass seine

18 **Musolff, Andreas** (2006): *Bürgerkriegs-Szenarios und ihre Folgen. Die Terrorismusdebatte in der Bundesrepublik 1970-1993*. In: Kraushaar, Wolfgang [Hrsg.]: *Die RAF und der linke Terrorismus*. Hamburg: Hamburger Edition, S. 1175.

19 **Elter, Andreas** (2008): *Propaganda der Tat. Die RAF und die Medien*. Frankfurt: Suhrkamp, S. 116.

20 **Hachmeister, Lutz** (2004): *Schleyer. Eine deutsche Geschichte*. München: C.H. Beck, S. 368.

21 zitiert nach: **Flashpoint Partners** (2011): *Al-Qaida Statement Regarding the Death of Usama bin Laden*. (Flashpoint Partners, 07. Mai 2011). Unter: <http://www.flashpoint-intel.com/index.php?view=article&id=820:al-qaida-statement-regarding-the-death-of-usama-bin-laden->

Botschaft auf fruchtbaren Boden trifft. Die RAF und das AQ-Netzwerk haben die Wichtigkeit einer Rezipientenanalyse verinnerlicht und ihre Kommunikationsstrategien an dieser Erkenntnis ausgerichtet. Sie schneiden ihre Botschaften sorgfältig auf ihre Rezipientenkreise zu und wählen auch die Medienkanäle, über welche die Propaganda des Wortes übermittelt werden soll, mit Rücksicht auf die Empfängerseite aus.

Bei ihren Kommunikationsbestrebungen differenzieren die Akteure ihre Adressatengruppen nach ihrer ideologischen Haltung. Grob unterschieden werden Freunde, Feinde und unbeteiligte Dritte. Meist nehmen sie zusätzlich weitere Subdifferenzierungen vor, beispielsweise nach Religion (Muslime vs Nicht-Muslime), nach politischer Position (Führungspersonen, Staatsbürger) oder nach Nationalität oder ethnischer Gruppe (Amerikaner, Paschtunen etc.). Oftmals expliziert bereits der Titel einer Botschaft, welche Adressatenkreise erreicht werden sollen. Der AQ-Emir Ayman al-Zawahiri meldete sich beispielsweise 2011 mit einer mehrteiligen »Botschaft der Hoffnung und Freude an unsere Leute in Ägypten« zu Wort; die RAF wendete sich im Februar 1985 »An die gefangenen Revolutionäre«. Während die RAF-Terroristen, deren Ambitionen auf die Bundesrepublik fokussiert waren, primär in deutscher Sprache kommunizierten, verfassen die Vertreter des AQ-Netzwerks, deren Anliegen in einem wesentlich stärkeren Maß über nationale Grenzen hinausgehen, ihre Botschaften zunehmend²² in der jeweiligen Landessprache ihrer Adressaten. Darüber hinaus übersetzen sie oder ihre Sympathisanten einsprachige Publikationen häufig in weitere Sprachen, um den Rezeptionsradius auszuweiten. Experten sehen in dieser Tendenz zur Mehrsprachigkeit eine der Ursachen für AQs verstärkte Radikalisierungserfolge im Westen.²³

Auch bei der verbalen und inhaltlichen Gestaltung einer Botschaft haben Terroristen ihre Rezipienten im Blick. So verwendete die RAF in ihren Erklärungen und theoretischen Schriften beispielsweise Lexeme und semantische Konzepte, die eindeutig einem restringierten Sprachcode zuzuordnen sind („*Hosenscheißer*“, „*Rotkohlfresser*“, „*Lumpenpack*“, „*den Richtigen in die Fresse* [...] *schlagen*“²⁴) und vermutlich dazu dienen sollten, das Arbeiterproletariat für sich zu gewinnen.

22 Wurden die Botschaften in der Anfangszeit der AQ-Medienkampagne fast ausschließlich in arabischer Sprache veröffentlicht, legen die Akteure in den letzten Jahren verstärkt Wert auf Multilingualität und thematisieren die Bedeutung der Mehrsprachigkeit auch explizit in Strategiepapieren.

23 vgl. hierzu beispielsweise **Kohlmann, Evan** (2010): *A Beacon for Extremists: The Ansar al-Mujahideen Web Forum*. In: CTC Sentinel, Bd. 3, H. 2. Unter: <http://www.ctc.usma.edu/wp-content/uploads/2010/08/CTCSentinel-Vol3Iss2.pdf>, S. 2.

24 **RAF**: *Die Rote Armee aufbauen. Erklärung zur Befreiung Andreas Baaders vom 5. Juni 1970*. Abgedruckt in: Hoffmann, Martin [Hrsg.] (1997): *Rote Armee Fraktion: Texte und Materialien zur Geschichte der RAF*. Berlin: ID-Verlag, S. 26.

Demgegenüber griff sie jedoch auch auf semantische Konzepte und Formulierungen, die dem elaborierten Code entstammen und einen akademischen Bildungsstand voraussetzen, zurück (vgl. den Satz *„Psychische Mechanismen, die solche Projektionen produzieren, sind in Horkheimer/Adornos 'Autoritärer Persönlichkeit' und in Reichs 'Massenpsychologie des Faschismus' im Zusammenhang mit Faschismus analysiert worden“*²⁵). Tendenziell bemüht sich das AQ-Netzwerk stärker als die RAF, seine Botschaften nach dem Prinzip des kleinsten gemeinsamen Nenners zu formulieren und einfache Lösungen für komplexe politische und soziale Fragestellungen anzubieten, um möglichst vielen seiner Adressaten gerecht zu werden. *„Die islamische Umma wird nur dann am Dschihad teilnehmen, wenn die Parolen der Gotteskrieger von den Massen verstanden werden“*²⁶, postuliert Ayman al-Zawahiri in seinem 2001 veröffentlichten Buch »Ritter unter dem Banner des Propheten«. Gleichzeitig versuchen die Akteure, durch multidimensionale Botschaften parallel mehrere Rezipientengruppen zu erreichen und verschiedene Kommunikationszwecke simultan zu erfüllen (Propaganda, Rekrutierung, psychologische Kriegsführung, Werben um finanzielle Unterstützung etc.).

Auch im Hinblick auf das mediale Format einer Botschaft kommen Terroristen und ihre Sympathisanten ihren Rezipienten entgegen. Eine jahrhundertealte Tradition, der sich auch RAF und AQ bedien(t)en, ist das Verteilen von Pamphleten. Darüber hinaus mach(t)en die Akteure gezielten Gebrauch von dem Spielraum, den moderne Medienformate bieten. Das spätere RAF-Mitglied Holger Meins produzierte beispielsweise einen Lehrfilm zur Herstellung von Molotow-Cocktails, den es Mitgliedern der linken Studentenbewegung in einem Hörsaal vorführte. Das AQ-Netzwerk, dem sich in der High-Tech-Welt des 21. Jahrhunderts ein breiteres Spektrum an Möglichkeiten bietet, auf die Formatwünsche seiner Adressaten einzugehen, veröffentlicht Botschaften seiner Führungspersonen standardmäßig in verschiedenen digitalen Video- und Audio-Dateiformaten (wie z.B. .wmv, .rmvb, .mp3, .ogg, .3gp), die sich für die Nutzung auf unterschiedlichen Endgeräten (PCs, Multimedia-Festplatten, MP3-Playern, Handys etc.) eignen.

25 **RAF**: *Das Konzept Stadtguerilla. April 1971*. Abgedruckt in: Hoffmann, Martin [Hrsg.] (1997): Rote Armee Fraktion: Texte und Materialien zur Geschichte der RAF. Berlin: ID-Verlag, S. 28. Komplexe Formulierungen wie die zitierte erscheinen im Hinblick auf das Ziel der RAF, »die Massen zu mobilisieren«, als fragwürdige Kommunikationsstrategie, weil sie einen Bildungsstand voraussetzen, den das Gros der »Massen« nicht aufweisen konnte. Das BKA sah sich beispielsweise veranlasst, zur Auswertung von RAF-Erklärungen eigens einen Politikwissenschaftler einzustellen, der die Aufgabe hatte, *„die oftmals schwer verständlichen und langatmigen Traktate der RAF und ihres Umfelds den Polizeibeamten verständlich [zu] erläutern.“* (**Peters, Butz** (2004): *Tödlicher Irrtum. Die Geschichte der RAF*. Berlin: Argon, S. 278)

26 zitiert nach **Abou-Taam, Marwan; Bigalke, Ruth** (2006): *Die Reden des Osama bin Laden*. München: Diederichs, S. 107.

Zudem werden häufig Transkripte der multimedialen Statements im Word- und PDF-Format bereitgestellt.

Die Unterscheidung verschiedener Adressatengruppen erfordert neben einer horizontalen auch eine vertikale Differenzierung. So wie staatliche Organe, Firmen und Organisationen über interne und externe Kommunikationsabteilungen verfügen, bedienen sich auch Terroristen mehrschichtiger Kommunikationssysteme, welche sich am Grad der Vertraulichkeit von Botschaften und der Vertrauenswürdigkeit der jeweiligen Rezipienten ausrichten. Bei der RAF wurde dieses Prinzip durch das »RAF-info« verkörpert, ein briefbasiertes Kommunikationssystem, das von inhaftierten RAF-Mitgliedern der ersten Generation mit Unterstützung ihrer Anwälte 1973 ins Leben gerufen wurde und bis ins Jahr 1977 hinein bestand. Das RAF-info gliederte sich in drei Ebenen, die sich zum Teil überlappten: Das »info I« erreichte die Mitglieder des engsten Kreises, d.h. die inhaftierten Führungspersonen und einige wenige Vertraute – zusammen rund zirka 30 Personen. Es beinhaltete vertrauliche strategische und taktische Kommunikation sowie selbstkritische Reflexionen. Das »info II« war an einen erweiterten Kreis gerichtet (darunter aktive Unterstützer aus der linken Szene sowie alle Gefangenen, die sich am Hungerstreik beteiligten) und enthielt Propaganda- und Schulungsmaterial. Das »info III« schließlich war in erster Linie an die Sympathisantenszene adressiert und beinhaltete Materialien, die nicht aus der Feder der RAF selbst stammten (wie z.B. Presseauschnitte oder politisches Schulungsmaterial).²⁷

Das AQ-Netzwerk betreibt ein vergleichbares Kommunikationssystem: Die exklusive Kommunikation von rund 20 hochrangigen Führungszirkeln bildet hier die erste Ebene. Die zweite Ebene konstituiert »Obelisk«²⁸, ein Netz von exklusiven, passwortgeschützten Internetseiten, welches mit einem Firmen-Intranet vergleichbar ist und von Hunderten von Mitgliedern der mittleren und unteren Ränge genutzt wird. Es dient dem Austausch von Materialien, die nicht für die breite Öffentlichkeit bestimmt sind (Berichte über Ausgaben der Kader, Rohmaterial für Terrorvideos etc.).²⁹ Die dritte Ebene besteht schließlich in den der Außenkommunikation dienenden »offiziellen« Internetaktivitäten des AQ-Netzwerkes (Veröffentlichung von Video-, Audio- und Textbotschaften).

27 vgl. **Elter, Andreas** (2008): *Propaganda der Tat. Die RAF und die Medien*. Frankfurt: Suhrkamp, S. 198-199.

28 eine von Geheimdiensten gewählte Bezeichnung

29 vgl. **Lake, Eli** (2007): *Al Qaeda Breach Called 'Serious' but 'Reparable'*. (The New York Sun, 12. Oktober 2007).

Unter: <http://www.nysun.com/foreign/al-qaeda-breach-called-serious-but-reparable/64466> sowie **Lake, Eli** (2007): *Qaeda Goes Dark After a U.S. Slip*. (The New York Sun, 09. Oktober 2007). Unter: <http://www.nysun.com/foreign/qaeda-goes-dark-after-a-us-slip/64163>

Sowohl die RAF als auch AQ Central wurden im Laufe ihres Bestehens auf Grund der Ausschaltung oder Verhaftung von Führungspersonen dazu gezwungen, ihre zuvor streng hierarchischen Organisationsstrukturen zu dezentralisieren und sich im Sinne eines »offenen Netzwerkgedankens« für unabhängige Aktivisten zu öffnen. Dies wirkte sich auch maßgeblich auf ihre Kommunikationsstrategien aus. So gingen beide Gruppierungen u.a. dazu über, zuvor exklusive, nur für die interne Kommunikation bestimmte Materialien (wie z.B. Strategiepapiere oder Trainingsmaterial) der breiten Öffentlichkeit zugänglich zu machen.

2.3 Die Welt als Bühne – Terrorismus in einer mediatisierten Gesellschaft

2.3.1 Symbiose – die Beziehung von Terroristen und Mainstream-Medien

Die Kommunikationsstrategie Terrorismus ist dann – und nur dann – erfolgreich, wenn die Gewalttaten der Akteure in einem möglichst breiten Radius bekannt werden. Als marginale Randgruppen müssen Terrororganisationen versuchen, das militärische Ungleichgewicht auf der physischen Ebene durch eine überdimensionale Wirkung auf psychologischer Ebene auszugleichen – man spricht hier vom »spektakulären Effekt« von Terroranschlägen. In unserer »mediatisierten«³⁰ Gesellschaft korreliert die psychologische Wirkung eines Ereignisses maßgeblich mit dessen Publizität. Obwohl Terrororganisationen im Geheimen operieren, müssen sie daher an die Öffentlichkeit gehen. Eine Terrororganisation ist somit *„gewissermaßen ein systemimmanentes Paradoxon: eine publizitätsbedürftige klandestine Gruppe.“*³¹ Um eine größtmögliche Öffentlichkeitswirkung zu erreichen, benötigt sie die Mainstream-Medien als Schallwellenverstärker. Diesen kommt auf Grund ihrer *„number-one position as international image-former“*³² in der terroristischen Kommunikationsstrategie eine unverzichtbare Rolle zu.

Auf Grund der Fülle der Ereignisse in einer globalen Medienwelt können die Mainstream-Medien nicht über alles berichten, sondern müssen im Rahmen ihres Editionsprozesses einzelne Themen selektieren (sogenanntes Agenda Setting). Für die breite Öffentlichkeit werden daher nur diejenigen Themen sichtbar, über die berichtet wird; Themen unterhalb der Selektionsschwelle bleiben unsichtbar. Im US-amerikanischen Sprachraum wird dieses Prinzip durch den Slogan »If it is no news for CNN, there is no news« versinnbildlicht; Politik- und Kommunikationswissenschaftler

30 Zum Begriff der Mediatisierung vgl. **Harms, Ilse** (o.J.): *Die Mediatisierung*. In: Virtuelles Handbuch Informationswissenschaft, Kapitel 5. Unter: <http://is.uni-sb.de/studium/handbuch/kap5>

31 **Elter, Andreas** (2008): *Propaganda der Tat. Die RAF und die Medien*. Frankfurt: Suhrkamp, S. 24.

32 **Galtung, Johan; Ruge, Marie Holmboe** (1965): *The Structure of Foreign News*. In: Journal of Peace Research, Bd. 2, H. 1, S. 64.

sprechen auch vom »CNN-Faktor«.³³ Im 21. Jahrhundert hat der CNN-Faktor im »Google-Faktor« ein Pendant und gleichermaßen einen Katalysator gefunden. Die meistgenutzte Internet-Suchmaschine fungiert als Gatekeeper für die Informationsbeschaffung.³⁴ Nur was von Google indexiert wird, ist für das Gros der Internetnutzer wahrnehmbar. Auf Grund ihres Bekanntheitsgrades erzielen die Online-Angebote der Mainstream-Medien in Google tendenziell hohe Rankingplätze und erreichen eine große Anzahl von Internetnutzern, was ihren Einfluss weiter verstärkt.

Ob ein Ereignis zu einer Nachricht wird, hängt von bestimmten objektiven Faktoren ab, die man auch als Nachrichtenfaktoren bezeichnet.³⁵ Hierzu zählen u.a. die Negativität eines Ereignisses (je brutaler, grausamer und schockierender ein Geschehen ist, desto eher wird darüber berichtet), die Ungewöhnlichkeit eines Ereignisses (je stärker eine Begebenheit von der Norm abweicht und je unvorhersehbarer sie ist, desto höher ist ihr Nachrichtenwert) sowie die Personalisierbarkeit eines Ereignisses (je stärker sich ein Geschehen an konkreten Einzelfällen veranschaulichen lässt, desto berichtenswerter ist es). Zudem gilt: Je mehr Nachrichtenfaktoren ein Ereignis auf sich vereinen kann, desto höher wird die Wahrscheinlichkeit der Berichterstattung.

Terroristen richten ihre Medienstrategien geschickt an den Gesetzmäßigkeiten der Nachrichtenfaktoren aus, um die Selektionshürden der Mainstream-Medien zu überwinden, und haben dabei Erfolg. So ergab eine Untersuchung der Sender ARD, ZDF, ARTE, RTL, Sat.1 und n-tv, dass über alle Sender hinweg im Durchschnitt an fast jedem zweiten Tag (44% aller Tage des Untersuchungszeitraums) mindestens ein Beitrag über Terrorismus in den Hauptnachrichten präsentiert wurde.³⁶ Forscher sind zu dem Konsens gelangt, dass die Beziehung zwischen Terroristen und Mainstream-Medien symbiotischer Art ist. Als Wirtschaftsunternehmen, die sich mit ihren Konkurrenten in einem permanenten Wettkampf um Zuschauer- und Leserzahlen befinden, können die Mainstream-Medien Terroranschläge nicht verschweigen. Zudem haben sie im Rahmen ihres Informationsauftrags die Verantwortung, die Öffentlichkeit über wichtige Ereignisse zu informieren.

33 vgl. **Elter, Andreas** (2008): *Propaganda der Tat. Die RAF und die Medien*. Frankfurt: Suhrkamp, S. 268.

34 vgl. hierzu **Asal, Victor; Harwood, Paul** (2008): *Search Engines: Terrorism's Killer App*. In: *Studies in Conflict & Terrorism*, Bd. 31, H. 7, S. 641-654.

35 vgl. hierzu **Galtung, Johan; Ruge, Marie Holmboe** (1965): *The Structure of Foreign News*. In: *Journal of Peace Research*, Bd. 2, H. 1, S. 64-91.

36 vgl. **Jirschitzka, Jens; Haußecker, Nicole; Frindte, Wolfgang** (2010): *Kap. IV. Mediale Konstruktion II: Die Konstruktion des Terrorismus im deutschen Fernsehen – Ergebnisdarstellung und Interpretation*. In: Frindte, Wolfgang; Haußecker, Nicole [Hrsg.]: *Inszenierter Terrorismus. Mediale Konstruktionen und individuelle Interpretationen*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, S. 82.

Terroristen versuchen, die Mainstream-Medien für ihre Zwecke zu instrumentalisieren und sie aus ihrer Rolle des neutralen Berichterstatters in die des Akteurs zu drängen. Fester Bestandteil ihrer Kommunikationsstrategien ist die gezielte Information der Presse. Durch Zuspätschieben von Bekennerschreiben, Audio- oder Videobotschaften ist es sowohl der RAF als auch dem AQ-Netzwerk vielfach gelungen, die Mainstream-Medien zu einer ausschnittsweisen oder gar vollständigen Veröffentlichung ihrer Publikationen zu bewegen. Einen Extremfall des kalkulierten Einbeziehens der Mainstream-Medien in die terroristische Medienstrategie stellt die Erpressung von Sendezeit bei Geiselnahmen dar. So verlangte die RAF bei der Entführung Hanns Martin Schleyers in einem am 06. September 1977 veröffentlichten Statement:

„Die Erklärung, die durch Schleyers Foto und seinen Brief als authentisch identifizierbar ist, wird heute abend um 20.00 Uhr in der Tagesschau veröffentlicht, und zwar ungekürzt und unverfälscht.“
[Hervorhebung im Original]³⁷

Wenngleich die Bundesregierung auf diese Forderung nicht einging und eine formelle Nachrichtensperre verhängte,³⁸ verdeutlicht die Erklärung das Bestreben der RAF, die Medien zu einem inhärenten Bestandteil ihrer terroristischen Aktivitäten zu machen. Auch islamistische Terroristen bedienen sich dieser Strategie. Die afghanischen Taliban ließen z.B. in einem am 11. April 2010 veröffentlichten Geiselveideo den entführten französischen Journalisten Hervé Ghesquière³⁹ eine englischsprachige Erklärung verlesen, in der es heißt: *„Also, they [the Taliban, J.T] absolutely want that this interview will be broadcast on the French TV. If not, we will be executed soon.“*⁴⁰

Wie wichtig Terroristen die Beeinflussung der Mainstream-Medien ist, kann man auch aus der Tatsache ersehen, dass sie die Medienwirkung ihrer Taten genauestens mitverfolgen. Die RAF legte beispielsweise einen »Pressespiegel« an: Die Organisationsmitglieder recherchierten Zeitungsartikel, unterzogen sie einer sorgfältigen Inhaltserschließung und archivierten sie. Zitate, die ihrer Sache förderlich waren, verwerteten sie propagandistisch; Meldungen, die ihren Zwecken schaden, wurden umgehend von ihnen dementiert. Das Führen eines Pressespiegels und die zweckdienliche Verwendung von Zitaten – beides klassische Werkzeuge der PR-Abteilungen von

37 **RAF**: *Entführung von Hanns-Martin Schleyer*. 6.9.77. Abgedruckt in: Hoffmann, Martin [Hrsg.] (1997): *Rote Armee Fraktion: Texte und Materialien zur Geschichte der RAF*. Berlin: ID-Verlag, S. 271.

38 vgl. **Buck, Christian F.** (2007): *Medien und Geiselnahmen. Fallstudien zum inszenierten Terror*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, S. 59.

39 Ghesquière, sein Kollege Stéphane Taponier und die drei mit ihnen entführten Afghanen erlangten ihre Freiheit wieder.

40 Das Video, das auf islamistischen Webseiten veröffentlicht wurde, wurde von der Autorin archiviert und kann auf Anfrage eingesehen werden.

staatlichen Organen, Firmen und Organisationen – hat sich auch das AQ-Netzwerk zu eigen gemacht. Ali Hamza Ahmad Suliman al-Bahlul, der inhaftierte ehemalige Leiter des AQC-Medienproduktionszentrums As-Sahab, berichtete Ermittlungsbeamten des FBI und des NCIS, das Medienzentrum sei

„fully equipped with computers, satellite television, video equipment and a library of audio and videotapes' and it was even one of his own personal responsibilities to record 'television news from different countries' and compile 'news briefs' for Bin Laden from various newspapers and Internet websites.“⁴¹

Ausschnitte aus Mitschnitten von TV-Nachrichten und -dokumentationen integriert das Medienproduktionszentrum regelmäßig in seine aufwändig produzierten Compilation-Videos⁴².

2.3.2 Theater of Terror – Terrorismus als Inszenierung

Als Kommunikationsstrategie ist Terrorismus zwingend auf die Aufmerksamkeit eines Publikums angewiesen. Er zielt nicht primär auf seine Opfer, sondern auf seine Rezipienten ab – er geschieht »für« ein Publikum. Für diesen Sachverhalt hat der Terrorismusforscher Brian Michael Jenkins den Begriff des »Theater of Terror« eingeführt:

„Terrorist attacks are often deliberately choreographed by the terrorists to achieve maximum publicity, particularly to attract the attention of the electronic media or the international press. [...] Terrorism is psychological warfare. It is theater.“⁴³ [Hervorhebung im Original].

Als »Regisseure« richten Terroristen ihre Taten nach einem »Drehbuch« aus, welches ihnen möglichst hohe Zuschauerzahlen sichern soll. Die mediale Verwertbarkeit der Tat wird somit zu einem intrinsischen Bestandteil des Terrorakts selbst. Besondere Bedeutung für die Inszenierung von terroristischer Gewalt besitzen die bereits erwähnten Nachrichtenfaktoren. Terroristen versuchen, möglichst viele Nachrichtenfaktoren zu akkumulieren, um die Selektionshürden der Mainstream-Medien zu überwinden. Eine Variable, welche die Akteure gezielt beeinflussen, um beim Agenda Setting von Medienunternehmen berücksichtigt zu werden, sind die Opferzahlen eines Anschlags: Je mehr Menschen zu Tode kommen (d.h. je negativer das Ereignis), desto höher ist sein Nachrichtenwert. Diese Gesetzmäßigkeit gilt nicht nur für die traditionellen, sondern auch für die

41 **Kohlmann, Evan F.** (2008): *Inside As-Sahaab: The Story of Ali al-Bahlul and the Evolution of Al-Qaida's Propaganda*. Unter: <http://www.nefafoundation.org/miscellaneous/FeaturedDocs/nefabahlulsahaab1208.pdf>, S. 2.

42 Hierunter versteht man Montagen aus verschiedenen Videoclips (wie z.B. Anschlags-, Statement- oder Geiselnvideos), die im Stil einer Dokumentation aufgebaut und mit textuellen oder animierten Segmenten (Intros, Untertiteln etc.) angereichert sind.

43 **Jenkins, Brian Michael** (1974): *Terrorism and Kidnapping*. The RAND Paper Series, P-5255. Unter: <http://www.rand.org/pubs/papers/2006/P5255.pdf>, S. 3

modernen Medien. So gelangen Victor Asal und Paul Harwood in einer Studie zu dem Schluss, dass die Zahl der Todesopfer

„is significant and positively correlated with the number of search results found about a terrorist group on Google. [...] The rules of offline agenda-setting remain. Succinctly, therefore, this study finds that the greater the violence, the greater a group's coverage in newspapers, on television, and now online.“⁴⁴

Sowohl die RAF als auch das AQ-Netzwerk kalkulierten den Nachrichtenfaktor der Negativität bewusst in ihre terroristische Inszenierung ein: *„Keine Organisation ermordete nach Ende des Zweiten Weltkrieges in Deutschland so viele Menschen wie die RAF. Vierunddreißig.“⁴⁵* 2001 verübte AQ Central mit den Anschlägen vom 11. September, die rund 3000 Todesopfer forderten, einen Terrorakt von Ausmaßen, die bis heute keinen historischen Vergleich gefunden haben. Die Spektakularität des Anschlags entsprach Szenarien, wie man sie zuvor nur aus fiktiven Darstellungen im Kino kannte.

Auch der Symbolwert eines Terrorakts beeinflusst die Wahrscheinlichkeit massenmedialer Berichterstattung. Wird ein Anschlag an einem symbolisch aufgeladenen Ort verübt (wie z.B. die Besetzung der Botschaft in Stockholm durch Mitglieder der RAF am 24. April 1975 oder der Anschlag von AQ Central auf das Pentagon am 11. September 2001), erhöht sich sein Nachrichtenwert. Zum Kalkül terroristischer Inszenierung gehört auch der Mediatisierungszeitpunkt eines Anschlags: Oftmals bekennen sich Terrorgruppen bewusst nicht sofort zu einer Tat, sondern lassen Tage bis Wochen bis zur Veröffentlichung eines Statements verstreichen. Das Nichtvorhandensein von Informationen steigert den Nachrichtenwert: Terroristen halten *„[a]llein dadurch, dass sie im Geheimen operieren und ihre Ziele nicht sofort offen zu erkennen geben, [...] die Nachfrage nach Information hoch.“⁴⁶*

Neben den Nachrichtenfaktoren machen Medienunternehmen auch den Inszenierungswert von Ereignissen zur Entscheidungsgrundlage ihres Agenda Settings. Ein Geschehen ist u.a. besonders dann gut inszenierbar, wenn es sich visualisieren lässt und erzählbar ist, d.h. narratives und dramaturgisches Potenzial besitzt.⁴⁷ Bei der Visualisierung von Ereignissen kommt es Terroristen zugute, dass sie zumeist das »Produktionsmonopol« für die bildliche Dokumentation ihrer

44 Asal, Victor; Harwood, Paul (2008): *Search Engines: Terrorism's Killer App*. In: *Studies in Conflict & Terrorism*, Bd. 31, H. 7, S. 648.

45 Peters, Butz (2004): *Tödlicher Irrtum. Die Geschichte der RAF*. Berlin: Argon, S. 17.

46 Elter, Andreas (2008): *Propaganda der Tat. Die RAF und die Medien*. Frankfurt: Suhrkamp, S. 271.

47 zu Formen der medialen Inszenierung vgl. Wolf, Katharina (2010): *Inszenierungstendenzen der Terrorismusberichterstattung in Fernsichtnachrichten*. In: *Inszenierter Terrorismus. Mediale Konstruktionen und individuelle Interpretationen*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, S. 232-254.

Gewaltakte und somit die Bilderhoheit über ein Geschehen innehaben.⁴⁸ Dies gilt verstärkt in Konfliktzonen. Da Terrororganisationen zunehmend auch Journalisten ins Visier nehmen, sind viele Medienunternehmen davon abgekommen, Korrespondenten in gefahrenträchtige Konfliktzonen zu entsenden – das Berichten aus erster Hand entfällt. Mangels eigenen Materials greifen die Mainstream-Medien daher oftmals auf Aufnahmen zurück, die von den terroristischen »Regisseuren« selbst stammen – darunter möglicherweise sogar Videos von Anschlägen, die mit der ausdrücklichen Absicht, filmbares Material zu kreieren, inszeniert wurden.⁴⁹ Nach Ansicht von Cori E. Dauber spielt die Nachlässigkeit von Mainstream-Medienorganen, welche oftmals nicht oder nur unzureichend kennzeichnen, dass ihre gesendeten Aufnahmen von Terroristen und nicht von Journalisten stammen, den terroristischen Akteuren in die Hände: „*Perhaps more important than the fact that the footage has been shot by these groups is that they [the images, J.T.] are all edited by terrorists and insurgents, even if they are then edited again by network personnel* [Hervorhebung im Original].“⁵⁰

Die terroristische Strategie der Geiselnahme, die sowohl von der RAF als auch vom AQ-Netzwerk eingesetzt wurde, eignet sich für die Inszenierung des Theater of Terror in besonderem Maße. Dass Entführungsfälle wie das Kidnapping von Hanns Martin Schleyer (05. September – 18. Oktober 1977) durch die RAF oder die Entführung der beiden Amerikaner Eugene Armstrong und Jack Hensley und des Briten Kenneth Bigley (18. September – 07. Oktober 2004)⁵¹ durch die irakische AQ-Filiale ein überdurchschnittlich hohes Medieninteresse hervorriefen, lässt sich mit ihrem Inszenierungswert erklären. Kidnappings sind besonders gut inszenierbar, weil sie sich über einen längeren Zeitraum erstrecken und dabei ein dramatisches Potenzial entfalten. Sie besitzen einen klimatischen Aufbau, mit einem klaren Beginn, Verlauf und Ende, beinhalten Handlungsträger, die sich simplen dichotomischen Kategorien zuordnen lassen (Protagonisten vs Antagonisten, Leben vs Tod etc.), und lassen sich gut personalisieren und emotionalisieren (z.B. in Form von Interviews mit den Angehörigen). Das Theater of Terror wird so zu einer action- und spannungsgeladenen Fortsetzungsserie mit Cliffhanger-Effekten und vereint auf sich alle Charakteristika eines erfolgreichen »Infotainments«. Für die terroristischen »Regisseure« bieten Geiselnahmen zudem die

48 Auf Grund der Unvorhersagbarkeit von Terrorismus erreichen Journalisten den Ort des Geschehens in der Regel erst, nachdem sich der Gewaltakt ereignet hat, und können somit nur die Folgen des Anschlags, nicht jedoch den Anschlag selbst dokumentieren.

49 vgl. **Dauber, Cori E.** (2009): *YouTube War: Fighting in a World of Cameras in every Cell Phone and Photoshop on every Computer*. Unter: <http://www.strategicstudiesinstitute.army.mil/pubs/display.cfm?pubID=951>, S. 40.

50 **Dauber, Cori E.** (2009): *YouTube War: Fighting in a World of Cameras in every Cell Phone and Photoshop on every Computer*. Unter: <http://www.strategicstudiesinstitute.army.mil/pubs/display.cfm?pubID=951>, S. 42.

51 Alle drei Geiseln starben durch die Hand ihrer Entführer. Armstrong wurde am 20. September, Hensley am 21. September, Bigley am 07. Oktober 2004 exekutiert.

Möglichkeit, sich als handlungslenkende Machträger zu präsentieren und so der Öffentlichkeit die Ohnmacht ihres Gegenspielers (zumeist die Regierung eines Landes) wie unter einem Prisma vor Augen zu führen.

Durch den gezielten Einsatz von Geiselveideos haben die RAF und das AQ-Netzwerk den Inszenierungswert ihrer Entführungen noch um ein Vielfaches verstärkt. Mit den bewegten Aufnahmen ihrer Gefangenen lieferten sie den Mainstream-Medien exklusives Bildmaterial, das die Redaktionen zur Visualisierung ihrer Berichte verwenden konnten. Das choreografische Kalkül der terroristischen »Regisseure« lässt sich u.a. an den »Requisiten« von Entführungsvideos exemplifizieren: So ließ die RAF Schleyer ein Schild mit der Aufschrift »Gefangener der RAF« in den Händen halten – ein gestelltes Setting, das zum einen an Aufnahmen des polizeilichen Erkennungsdienstes erinnert, zum anderen zur erniedrigenden öffentlichen Vorführung vorgeblicher Verbrecher während des Nationalsozialismus gehörte.⁵² AQ im Irak führte ihre Opfer in orangefarbenen Overalls vor und spielte damit auf die Kleidung von Gefangenen in Guantanamo-Bay und US-amerikanischen Hochsicherheitstrakten an, um ihre Opfer zu erniedrigen.

3 Kommunikationsstrategische Evolution

Der verbreitete Fehleindruck, die Kommunikationsstrategie des AQ-Netzwerks sei etwas völlig Neues, ist einem Phänomen geschuldet, welches man als »kommunikationsstrategische Evolution« bezeichnen kann: Sowohl in kommunikationstechnologischer als auch in propagandistischer Hinsicht sind Terrororganisationen Avantgardisten. Um höchstmögliche Aufmerksamkeit und möglichst viele Rezipienten zu erreichen, machen sie von den jeweils modernsten Kommunikationstechnologien Gebrauch und beschreiten auch bei ihrer Propaganda der Tat innovative Wege, durch die sie sich von ihren Vorgängern abzuheben versuchen. Dabei agieren sie als lernende Terrornetzwerke, welche die Medien- und Rezipientenwirkung ihrer Gewaltakte und Publikationen genauestens beobachten, Bilanz aus Erfolgen und Misserfolgen ziehen und ihre zukünftigen Vorgehensweisen dynamisch adaptieren. Ihren Gegnern sind sie kommunikationsstrategisch daher häufig einen Schritt voraus.

52 vgl. **Steinseifer, Martin** (2006): *Terrorismus als Medienergebnis im Herbst 1977: Strategien, Dynamiken, Darstellungen, Deutungen*. In: Weinbauer, Klaus; Requate, Jörg; Haupt, Heinz-Gerhard [Hrsg.]: *Terrorismus in der Bundesrepublik. Medien, Staat und Subkulturen in den 1970er Jahren*. Frankfurt: Campus Verlag. Unter: http://www.zeitgeschichte-online.de/portals/rainbow/documents/pdf/raf/steinseifer_terr_med.pdf, S. 372. Zuvor hatte sich bereits die Bewegung 2. Juni bei der Entführung des CDU-Politikers Peter Lorenz dieser Bildsprache bedient; es ist davon auszugehen, dass sich die RAF davon inspirieren ließ.

Die kommunikationsstrategische Evolution begann bei RAF und AQ auf unterschiedlichen Expertise-Leveln. Während die Mitglieder des AQ-Netzwerks das Medienhandwerk von Null an im Learning-By-Doing-Verfahren erlernen mussten, waren mehrere RAF-Terroristen bereits Medienexperten, bevor sie in den Untergrund gingen. So war beispielsweise Ulrike Meinhof eine der bekanntesten linken Journalistinnen der Bundesrepublik, sie arbeitete für Radio und Fernsehen.⁵³ Holger Meins studierte vor Beginn seiner »Terroristenkarriere« u.a. an der Hochschule für bildende Künste in Hamburg sowie an der Deutschen Film- und Fernsehakademie (dffb) in Berlin.

3.1 Kommunikationsstrategie 2.0 – kommunikationstechnologische Innovationen

3.1.1 Bildermacht – ein Bild sagt mehr als tausend Worte

Terroristen sind Medienavantgardisten – dies hat die Geschichte mehrfach gezeigt. So instrumentalisierten bereits die Anarchisten den im Jahr 1845 eingeführten Rotationsdruck geschickt zur massenhaften Herstellung von Printproduktionen wie Flugblättern und ideologischen Schriften. Besonders profitiert haben Terroristen von der Entwicklung der Bild- und Videotechnologien. Multimediale Darstellungen eignen sich für die Inszenierung von Terrorismus tendenziell besser als rein textuell vermittelte Informationen. Bilder sagen mehr als tausend Worte. Sie üben eine starke Anziehungskraft auf ihre Rezipienten aus, vermitteln Emotionen und Symbolinhalte und bewirken eine hohe Authentizität. Der Bildern innewohnende Inszenierungswert erhöht die Wahrscheinlichkeit, dass sie von den Mainstream-Medien zur Berichterstattung verwendet werden, insbesondere dann, wenn diese über keine eigenen Aufnahmen von einem Terrorakt verfügen. Zudem dient die Bildsprache zur Überwindung von Sprachbarrieren: Sie wird von allen Menschen verstanden, gleichwelcher Nationalität. Die zentrale Bedeutung von Bildern im Medienzeitalter manifestiert sich in „*Signaturbildern*“⁵⁴: Bilder werden zu symbolischen Repräsentanten eines Ereignisses. So sind die Fotografien und Videoaufnahmen des entführten Hanns Martin Schleyer zu Signaturbildern des »Deutschen Herbst« und des bundesrepublikanischen Terrorismus der 1970er Jahre geworden. Noch stärker im medialen Bewusstsein der Fernsehzuschauer verankert sind die Aufnahmen der brennenden und einstürzenden Türme des World Trade Centers, welche unendlich

53 vgl. **Peters, Butz** (2004): *Tödlicher Irrtum. Die Geschichte der RAF*. Berlin: Argon, S. 144.

54 **Steinseifer, Martin** (2006): *Terrorismus als Medienereignis im Herbst 1977: Strategien, Dynamiken, Darstellungen, Deutungen*. In: Weinbauer, Klaus; Requate, Jörg; Haupt, Heinz-Gerhard [Hrsg.]: *Terrorismus in der Bundesrepublik. Medien, Staat und Subkulturen in den 1970er Jahren*. Frankfurt: Campus Verlag. Unter: http://www.zeitgeschichte-online.de/portals/rainbow/documents/pdf/raf/steinseifer_terr_med.pdf, S. 353.

replizierte Sinnbilder für die Geschehnisse des 11. Septembers und für den globalen AQ-Terrorismus im 21. Jahrhundert wurden.

Ein „*Quantensprung in der Geschichte der terroristischen Kommunikation*“⁵⁵ war die Einführung von Sofort-Techniken in der Bild- und Videoproduktion. Dies versetzte Terroristen in die Lage, sich selbst als Produzenten und Editoren von audio-visuellen Inhalten zu betätigen. Folglich waren sie für die Erzeugung und Bearbeitung von Bildern nicht mehr auf unabhängige Journalisten angewiesen und konnten sich größeren redaktionellen Freiraum verschaffen. Die RAF verwendete Polaroid- und VHS-Technologien bereits bevor sich diese massenhaft auf dem deutschen Verbrauchermarkt durchgesetzt hatten. Mit der Etablierung des Internets im 21. Jahrhundert und der Konvergenz verschiedener Einzelmedien (Kamera-Handys, Digital-Kameras, Bild- und Videobearbeitungssoftware etc.) erfolgte ein weiterer kommunikationstechnologischer Quantensprung; diesen nutzte das AQ-Netzwerk aus, um seine Kommunikation avantgardistisch zu revolutionieren. Die neuen Medien haben nicht nur die Erzeugung und Bearbeitung von terroristischen Publikationen weiter vereinfacht, sondern Terroristen erstmals ein Werkzeug an die Hand gegeben, um ihre Produktionen eigenständig – und somit unabhängig von den Mainstream-Medien – an einen globalen Adressatenkreis zu verbreiten.

Die Tatsache, dass sich die RAF und das AQ-Netzwerk mediale Revolutionen zu Nutze gemacht haben, zeigt, dass Innovation per se ein inhärenter Bestandteil der Kommunikationsstrategie von Terroristen sein kann. Ein Vergleich der Kommunikationsstrategien von Terrororganisationen, der nur konkrete Kommunikationstechnologien gegenüberstellt, greift daher zu kurz. Um eine belastbarere Vergleichsgrundlage zu schaffen, die von historischen, geografischen und kulturellen Kontexten unabhängig ist, muss man generischere Kommunikationsmuster untersuchen. Betrachtet man RAF und AQ unter diesem Gesichtspunkt, kann eine eindeutige Ähnlichkeit zwischen ihren Kommunikationsstrategien – i.e. die Affinität zu kommunikationstechnologischer Innovation – postuliert werden. Hierbei ist beiden Akteuren auch gemeinsam, dass sie gleichzeitig innovative und traditionelle Kommunikationsmittel verwende(te)n. Die RAF setzte zur Übermittlung von Bekenntschreiben beispielsweise häufig Kuriere ein, welche die Botschaften anonym in Briefkästen hinterlegten.⁵⁶ AQ Central greift ebenfalls auf ein Kuriernetzwerk zurück; dieses hat u.a. die Aufgabe, filmische Rohaufnahmen von Führungspersonen zu Mitgliedern seines MPDZ As-Sahab zu transportieren⁵⁷. Der Einsatz traditioneller Kommunikationsmittel ist teilweise lediglich

55 Elter, Andreas (2008): *Propaganda der Tat. Die RAF und die Medien*. Frankfurt: Suhrkamp, S. 169.

56 vgl. Elter, Andreas (2008): *Propaganda der Tat. Die RAF und die Medien*. Frankfurt: Suhrkamp, S. 265.

57 vgl. Gannon, Kathy (2006): *A date with the emir of al-Qaeda*. (The Standard, 23. Juni 2006).

eine Sicherheitsvorkehrung, die es den Akteuren ermöglichen soll, möglichst wenig Spuren zu hinterlassen, um ihre Klandestinität zu wahren. In vielen anderen Fällen ist er jedoch mit Blick auf das Bestreben zu erklären, möglichst zielgruppenfreundlich zu agieren und die Adressaten medial dort abzuholen, wo sie gerade stehen. So haben sich die afghanischen und pakistanischen Taliban an die Tatsache angepasst, dass die Paschtunen historisch und kulturell eine Radio-Gesellschaft sind und eine hohe Affinität zum FM-Radio aufweisen. Gemäß der von Marshall McLuhan stammenden Maxime »Das Medium ist die Botschaft« haben sie Hunderte von FM-Piratensendern errichtet, über die sie ihre Zielgruppen ansprechen.⁵⁸

3.1.2 www.terror.net: die Rolle des Internets

Inwieweit die RAF das Internet genutzt hätte, wird immer Spekulation bleiben, da sie in einem historischen Kontext agierte, in dem es das Netz der Netze noch nicht gab. In diesem Kapitel kann sie daher nur am Rande berücksichtigt werden.

Für die im 21. Jahrhundert aktiven Terrororganisationen – insbesondere das AQ-Netzwerk – ist das Internet innerhalb kurzer Zeit zu einem Leitmedium avanciert. Seine Rolle als Rückgrat für terroristische Kommunikation wird u.a. aus der Tatsache ersichtlich, dass militante Islamisten für ihre Online-Aktivitäten eigens einen Begriff geschaffen haben: Elektronischer Jihad (kurz: E-Jihad). Die Akteure der globalen Jihad-Bewegung sind sich einig, dass der E-Jihad eine mindestens ebenso hohe Bedeutung wie der Kampf auf dem physischen Schlachtfeld besitzt. In einer am 09. Januar 2011 vom Ansar al-Mujahideen-Forum veröffentlichten englischsprachigen Übersetzung einer ideologischen Schrift, die von dem Online-Jihadisten Scheich Abu Sa'd al-Amili verfasst wurde, beschreibt der Autor die Medienarbeit seiner Mitstreiter als „*a strong prop and the flip side of the coin of Jihad. It is equivalent with fighting on the front-lines, which is regarded as the front side of the coin.*“⁵⁹ Terroristen setzen das Internet als Allround-Werkzeug für verschiedenste Nutzungszwecke (darunter Propaganda, Rekrutierung neuer Mitglieder, Betreiben psychologischer Kriegsführung, Finanzierung von Terroranschlägen und soziale Vernetzung) ein.

Die Etablierung des Internets als Massenmedium sowie die technologische Annäherung von Einzelmedien (man spricht hier von »medialer Konvergenz«) haben eine radikal neue Informations-

Unter: http://www.thestandard.com.hk/news_print.asp?art_id=21310&sid=8534770

58 vgl. **Khan, Mukhtar A.** (2009): *The FM Mullahs and the Taliban's Propaganda War in Pakistan*. In: *TerrorismMonitor*, Bd. 7, H. 14.

Unter: http://www.jamestown.org/uploads/media/TM_007_25.pdf, S. 9.

59 Das Textdokument wurde von der Autorin archiviert und kann auf Anfrage eingesehen werden.

und Medienumgebung entstehen lassen,⁶⁰ die sich erheblich von den Kommunikationsräumen unterscheidet, in denen die RAF und andere historische Terrorgruppen agierten. Eines der zentralsten Charakteristika dieser neuen Umgebung ist ihr Potenzial zur Erzeugung und Distribution nutzergenerierter Inhalte. Sie ermöglicht einen »Bürger-Journalismus«: Menschen ohne journalistische Ausbildung und berufliche Kontakte können mit mobilen Endgeräten wie Handy-Kameras oder digitalen Camcordern Ereignisse dokumentieren, ihr Bildmaterial nach Wunsch mit Bild- und Videobearbeitungssoftware editieren und das Ergebnis via Internet einem globalen Publikum zur Verfügung stellen. Die Möglichkeit zur Produktion und Distribution eigener multimedialer Inhalte hat ein zuvor nie da gewesenes Gegengewicht zu den Mainstream-Medien geschaffen – eine Situation, von der Terroristen maßgeblich profitieren.

Wie bereits erwähnt, kann die Beziehung zwischen Terroristen und Mainstream-Medien als symbiotisch bezeichnet werden. Diese Symbiose ist aus Sicht der Terroristen jedoch engen Grenzen unterworfen: Zwar können die Gewalttäter auf Grund des hohen Nachrichtenwerts ihrer Taten meist erzwingen, dass über diese berichtet wird. Wie darüber berichtet wird, liegt allerdings nicht in ihren Händen, sondern in denen der Medienunternehmen, welche – hiervon kann man in demokratischen Gesellschaften mit Gewissheit ausgehen – Terrorismus nicht gutheißen. Nach Auffassung von Terroristen sind die Mainstream-Medien fest in der Hand des Feindes und somit parteiisch. So lassen RAF-Statements keinen Zweifel daran, dass die Organisation die Mainstream-Medien als Teil des »Schweinesystems« empfand. In einer am 23. September 1975 veröffentlichten Erklärung zum Bombenanschlag im Hamburger Hauptbahnhof heißt es beispielsweise:

„Tatsache ist, daß der Staatsschutz sein innerhalb der reaktionären Struktur der durch Medienkonzerne und öffentliche Anstalten institutionalisierten Öffentlichkeit operierendes Netz von Staatsschutzjournalisten benutzt, um die Rezeption des Anschlags gezielt gegen die Stadtguerilla [die RAF, J.T.] zu steuern.“⁶¹

Ein vergleichbarer Tenor findet sich bei den islamistischen Terroristen des 21. Jahrhunderts. So beklagt der Online-Jihadist Scheich Abu Sa'd al-Amili, dass die Gegner

„have mobilized battalions of media magicians in order to denigrate the reputation of the Mujahideen and the intentions of their noble Jihad. This has had a great impact on the blessed Jihad and has caused the break down or delay of many Jihadist projects“.⁶²

60 vgl. **Dauber, Cori E.** (2009): *YouTube War: Fighting in a World of Cameras in every Cell Phone and Photoshop on every Computer.*

Unter: <http://www.strategicstudiesinstitute.army.mil/pubs/display.cfm?pubID=951>, S. 3.

61 **RAF**: *Erklärung zum Bombenanschlag im Hamburger Hauptbahnhof. Stammheim, 23. September 1975.* Abgedruckt in: Hoffmann, Martin [Hrsg.] (1997): *Rote Armee Fraktion: Texte und Materialien zur Geschichte der RAF.* Berlin: ID-Verlag, S. 197.

62 Das Textdokument, das am 09. Januar 2011 als englischsprachige Übersetzung vom Ansar al-Mujahideen-Forum

Auch die Tatsache, dass Terroristen Mitarbeiter und Gebäude von Medienunternehmen targetisieren – hier seien exemplarisch der Anschlag der RAF auf das Springer-Hochhaus am 19. Mai 1972, bei dem 36 Menschen verletzt wurden, oder die Entführung des italienischen Journalisten Daniele Mastrogiacomo und seiner afghanischen Kollegen Ajmal Nakshbandi und Sayed Agha⁶³ durch die afghanischen Taliban (05. März 2007) genannt – ist ein Beweis dafür, dass Terrororganisationen Medienkonzerne, Journalisten und ihre Assistenten klar als Gegner einstufen.

Obwohl das Internet Jihadisten die Möglichkeit eröffnet hat, ihre medialen Produktionen ungekürzt und unverfälscht zu veröffentlichen und dadurch die »Lügen verbreitenden« Mainstream-Medien zu umgehen, bleiben sie für die effektive Verbreitung ihrer Publikationen dennoch weiterhin auf diese angewiesen. Theoretisch besitzt das »informationsdemokratische« Netz der Netze zwar eine weltweite Distributionsreichweite; de facto sind die ideologisch eingefärbten terroristischen Primärquellen, deren lingua franca trotz wachsender Tendenz zur Mehrsprachigkeit nach wie vor die arabische Sprache ist, jedoch nur einem marginalen Teil der Internetnutzer bekannt. Um dies zu ändern, benötigen Terroristen die Mainstream-Medien zwingend als Schallwellenverstärker. Daher kann man auch im Internetzeitalter weiterhin von einer symbiotischen Beziehung von Terroristen und Mainstream-Medien sprechen. Gleichzeitig profitieren Terroristen vom »Low-Profile-Status« ihrer Webangebote – garantiert ihnen die schwache Sichtbarkeit doch die nötige Anonymität, um klandestin miteinander zu kommunizieren. Folglich löst das Internet

„also den systemimmanenten Widerspruch einer Terrororganisation, klandestin zu operieren und gleichzeitig öffentlich wirken zu müssen, auf. Die Propaganda der Tat ist mit dem World Wide Web endgültig im 21. Jahrhundert angekommen.“⁶⁴

Ultimativer Traum von Terroristen ist die Etablierung eigener Mainstream-Medien. So schreibt der Online-Jihadist Scheich Abu Sa'd al-Amili: *„The Mujahideen must strive – through their supporters – to own a video channel whose role will be to target the greatest number of viewers.“⁶⁵* Dieses Ideal in die Tat umzusetzen ist jedoch bislang nur wenigen Terrorgruppen gelungen, so beispielsweise den somalischen Shabaab-Milizen,⁶⁶ der *„bestorganisiertesten und einflussreichsten Aufstandsbewegung*

veröffentlicht wurde, wurde von der Autorin archiviert und kann auf Anfrage eingesehen werden.

63 Während Mastrogiacomo durch einen Gefangenendeal am 18. März 2007 freikam, wurden Nakshbandi und Agha von ihren Entführern exekutiert.

64 **Elter, Andreas** (2008): *Propaganda der Tat. Die RAF und die Medien*. Frankfurt: Suhrkamp, S. 274.

65 Das Textdokument, das am 09. Januar 2011 als englischsprachige Übersetzung vom Ansar al-Mujahideen-Forum veröffentlicht wurde, wurde von der Autorin archiviert und kann auf Anfrage eingesehen werden.

66 vgl. hierzu **Anzalone, Christopher** (2010): *From 'Martyrdom' Videos to Jihadi Journalism in Somalia: The Rapid Evolution of Harakat al-Shabab al-Mujahideen's Multimedia*. (Informed Comment, 25. August 2010). Unter: <http://www.juancole.com/2010/08/anzalone-from-%E2%80%98martyrdom%E2%80%99-videos-to-jihadi-journalism-in-somalia.html>

in der Region“⁶⁷. Weil die Insurgenten große Teile des Landes unter ihre Kontrolle gebracht haben, konnten sie in ihrem Aktionsradius staatsähnliche Strukturen etablieren und so auch Kontrolle über den Medienapparat erlangen.

Wenngleich noch kein vollwertiger Ersatz für eigene Mainstream-Medien hat das Internet für Terrororganisationen Kommunikationsmöglichkeiten geschaffen, von denen frühere Terroristengenerationen nur träumen konnten. Die Stärke des gegenwärtigen jihadistischen Kommunikationssystems liegt in seinem ausgeklügelten Produktions- und Distributionsmechanismus, welcher gleichzeitig zentral und dezentral konzipiert ist. Dedizierte Medienproduktionszentren – die teilweise auch die Verbreitung der Produkte übernehmen, weshalb man in Expertenkreisen oft von Medienproduktions- und Distributionszentren (MPDZ) spricht – erzeugen optisch ansprechend gestaltete textuelle Verlautbarungen, Magazine, theoretische Schriften, Videos und Unterhaltungsmedien⁶⁸. MPDZ können über eine zentrale physische Basis mit professioneller Hard- und Softwareausstattung verfügen; in vielen Fällen erfolgt die Zusammenarbeit ihrer Mitarbeiter jedoch virtuell und dezentral über das Internet. In einem effizienten und ressourcensparenden Workflow, in dem handelsübliche IT- und Software-Werkzeuge (beispielsweise Laptops, CD-Brenner, Bild- und Videobearbeitungssoftware) eingesetzt werden, editieren die Mitarbeiter textuelles und multimediales Rohmaterial, das sie von Terrororganisationen direkt oder über Vermittler erhalten.

Herzstück des jihadistischen Distributionssystems, welches sich bildlich am besten durch ein Modell konzentrischer Kreise veranschaulichen lässt, ähnlich der Ringstruktur, die sich bildet, wenn ein Stein auf eine glatte Wasseroberfläche trifft, bilden die sogenannten Primärseiten (auch: Mutterseiten). Zu diesen zählen einige wenige, zumeist organisationsunabhängige Internetforen, die zwischen 4000 und 15 000 aktive Mitglieder umfassen⁶⁹, sowie die offiziellen Homepages von Terrororganisationen. In diesen exklusiven Kanälen, die durch eine strenge vertikale Hierarchie reglementiert sind, ist es nur den Administratoren sowie autorisierten »Nachrichtenkorrespondenten« von Terrorgruppen oder MPDZ gestattet, offizielle textuelle oder multimediale Produktionen zu veröffentlichen. Technisch wird dies durch sogenannte Elite-Accounts realisiert. Hierunter versteht man Nutzerkonten mit erweiterten Rechten – so

67 **Baehr, Dirk** (2011): *Die somalischen Shabaab-Milizen und ihre jihadistischen Netzwerke im Westen*. In: KAS-Auslandsinformationen, H. 8/2011. Unter: http://www.kas.de/wf/doc/kas_23599-544-1-30.pdf?110812133901, S. 22.

68 wie z.B. Computerspiele und Musikvideos

69 vgl. **Holtmann, Philipp** (2010): *Virtueller Dschihad: Eine reale Gefahr. Terroristische Internet-Propaganda wird zunehmend in die Tat umgesetzt*. SWP-Aktuell 48, Juni 2010. Unter: http://www.swp-berlin.org/fileadmin/contents/products/aktuell/2010A48_hlt_ks.pdf, S. 2.

beispielsweise der Befugnis, in einer spezifischen Nachrichtenrubrik, in der Standardnutzer nur Lese- aber keine Schreibrechte besitzen, zu posten. Diese Rechte-Regelung sowie weitere Authentifikatoren, wie beispielsweise das Einbinden organisationseigener Logos und Signaturen in Text-, Audio- oder Videobotschaften⁷⁰, wirken einem Missbrauch durch Unbefugte entgegen und verleihen den Publikationen einen autoritativen, offiziellen Charakter. Unmittelbar nach ihrem Erscheinen in den Primärforen werden die Veröffentlichungen von Sympathisanten aufgegriffen und in Sekundärquellen per Copy & Paste weiterverbreitet. In einer kaskadierenden Bewegung werden die Produkte so immer weiter vom Zentrum nach außen befördert, bis sie das jihadistische Subnet verlassen und Eingang in weltliche Internetangebote (wie beispielsweise YouTube) finden. Das vielfache dezentrale Replizieren der Inhalte sichert nach dem Cloud-Prinzip⁷¹ die Persistenz und Nachhaltigkeit der Publikationen.

Zusätzlich zu der strikten Rechte-Regelung sind jihadistische Foren häufig streng moderiert. Die Moderatoren dulden keine abweichenden Meinungen. Kritik an den Aktionen der unterstützten Terrorgruppen wird nicht toleriert. Die rigorose Administrations-Politik betrifft nicht nur Nutzerkommentare, sondern erstreckt sich auch auf die grundsätzliche Unterstützung von Terrororganisationen. So werden Gruppierungen mit moderaterer Ideologie von den radikal-islamistischen Foren boykottiert. Die radikalen E-Jihadisten bemühen sich darum,

„to create a virtual bubble in which they can behave according to what they perceive as the ‘Salafist ideal’, which they are determined to implement in real life. This idealized bubble resembles their interpretation of the concept of the ummah: a monolithic community of believers [...]. The self-sufficient Jihadist bubble that consequently exists within these sites not only serves as a safe space for like-minded Jihadist interaction, but also serves to safeguard Internet Jihadists against what they see as the many unsavoury or hostile aspects of the Internet, such as anti-Jihadist counter-messaging and news of physical Jihadist defeats on the battlefield. [Hervorhebung im Original]“⁷²

Der Wunsch, eine monolithische jihadistische Online-Community zu kreieren, bleibt jedoch auf Grund der Konflikte zwischen den ideologisch unterschiedlichen Gruppierungen Utopie. Islamistisch moderater oder säkularer ausgerichtete militante Organisationen und ihre Sympathisanten wehren sich beispielsweise erbittert gegen die Versuche des radikal-islamistischen AQ-Netzwerks, den Informationsfluss des E-Jihads durch sein primäres MPDZ Al-Fajr Media zu

70 Dieser Authentifizierungsstrategie bediente sich auch die RAF in ihren gedruckten Statements. So fungierte das bekannte RAF-Logo als Siegel – Sicherheitsbehörden zogen es zur Überprüfung der Echtheit einer RAF-Botschaft heran.

71 vgl. **Prucha, Nico** (2011): *Online Territories of Terror – Utilizing the Internet for Jihadist Endeavors*. In: Orient, H. IV/2011. Unter:

http://www.oaip.ac.at/fileadmin/Unterlagen/Dateien/Publikationen/Article_ORIENT_IV_NicoPrucha.pdf, S. 43.

72 **Musawi, Mohammed Ali** (2010): *Cheering for Osama. How Jihadists Use Internet Discussion Forums*.

Unter: <http://www.quilliamfoundation.org/images/stories/pdfs/cheering-for-osama.pdf>, S. 18 u. 19.

kontrollieren. Das dominante Auftreten des AQ-MPDZ wird von den gemäßigeren Gruppierungen als arrogant, snobistisch und vereinnahmend empfunden. Um ihre Produktionen und ideologischen Standpunkte sichtbar zu machen, haben sie u.a. durch Gründen eigener Internetforen, wie beispielsweise des FiveWes-Forums, in dem Publikationen aller islamistischen Gruppierungen erlaubt sind, ein neben der »Virtual Bubble« der Radikal-Islamisten existierendes Parallel-Universum entstehen lassen. Ein Administrator des FiveWes-Forums beschreibt seine Ziele im neutralen westlichen Forum Terroristmedia mit den Worten:

„my goals are simple. Break the Fajr monopoly!! Prevent their lies and extremism from spreading!! and try to bring back what the iraq Jihad used to be!! tolerance and unity between all groups. inshallah, we will get there!!“⁷³

Entgegen dem theoretischen Idealbild, welches die Radikal-Islamisten aufspannen, ist der jihadistische Medienmarkt in realiter also weniger durch Einigkeit, als durch einen verbissenen Konkurrenzkampf um die Aufmerksamkeit potenzieller Sympathisanten und Rekruten gekennzeichnet.

In der Kommunikationsstrategie des AQ-Netzwerks spielen Sympathisanten eine bedeutsame Rolle. Indem die ehrenamtlichen Terrorhelfer die Erstveröffentlichungen von den Primärseiten kopieren und in Hunderten von anderen jihadistischen, islamistisch gemäßigeren und weltlichen Internetangeboten weiterverbreiten, fungieren sie als Content-Ventilatoren, welche die jihadistische Ideologie viral übertragen und so einen erheblichen Anteil am Wachstum der Bewegung haben. Hierbei legen die virtuellen Unterstützer einen steigenden Ehrgeiz an den Tag, der sich zunehmend anspruchsvollere Ziele als das reine Replizieren von Inhalten setzt. So betont ein stellvertretender Administrator des englischsprachigen Ansar-Al-Mujahideen-Forums: *„It’s not just about copying and pasting...we need to develop our media skills, produce more videos and audio releases in arabic and also in english, and other languages if it possible.“⁷⁴* Terrororganisationen kalkulieren die Arbeit ihrer freiwilligen Helfer längst fest in ihre Kommunikationsstrategie mit ein. Nach dem Prinzip des »interaktiven Theaters« lassen sie ihre Anhänger von passiven Zuschauern zu Mitmachern werden und steigern so deren Motivation. Kam zuvor nur denjenigen Aktivisten, die zur Waffe griffen und in den physischen Jihad zogen, die Ehre des Mujahids zu, können sich nun auch die »Daheimgebliebenen« durch Online-Engagement aktiv am Jihad beteiligen und erhalten so

⁷³ <http://terroristmedia.com/nukem/forum/viewtopic.php?f=1&t=32417&start=15>

⁷⁴ zitiert nach: **Kohlmann, Evan** (2010): *A Beacon for Extremists: The Ansar al-Mujahideen Web Forum*. In: CTC Sentinel, Bd. 3, H. 2. Unter: <http://www.ctc.usma.edu/wp-content/uploads/2010/08/CTCSentinel-Vol3Iss2.pdf>, S. 3.

ihre lang ersehnte Legitimation. Die ehemals feste Grenze zwischen Terroristen und Sympathisanten weicht im E-Jihad mehr und mehr auf.

Das »interaktive Theater« übt vor allem auf die junge Generation Faszination aus. Ihre IT-Kenntnisse und ihr Online-Nutzungsverhalten fließen zunehmend in den E-Jihad ein und machen ihn zu einer sozialen Bewegung, welche sich von den früheren elitären und strikt hierarchisch konzipierten Strukturen terroristischer Kommunikationsmechanismen deutlich unterscheidet. Neben dem forenbasierten Distributionssystem, welches bei der Veröffentlichung von offiziellen Terrorbotschaften derzeit immer noch eine unanfechtbare Vorrangstellung innehat, kommt in den letzten Jahren den Web-2.0-Anwendungen bei der Verbreitung der jihadistischen Botschaft eine wachsende Funktion zu. Soziale Netzwerke wie Facebook und Myspace, Videoportale wie YouTube sowie der Mikroblogging-Dienst Twitter eignen sich für die jihadistische Propagandatätigkeit der interaktiven Theaterspieler insbesondere deshalb gut, weil sie als Mainstream-Anwendungen über eine höhere Sichtbarkeit als die Hardcore-Jihad-Foren verfügen und größeren Spielraum für das Knüpfen sozialer Kontakte offerieren. Die beliebten und in der Bevölkerung weit verbreiteten Web-2.0-Anwendungen haben eine Demokratisierung des Zugangs zu jihadistischen Inhalten bewirkt⁷⁵ – die Publikationen und Kommentare sind nun auch für Standardnutzer mit keinerlei Wissen über jihadistische Foren auffindbar. Die soziale Vernetzung gibt Aktivisten – welche sich häufig zu Interessengruppen zusammenschließen – die Möglichkeit, Teilnehmer, die für die jihadistische Botschaft empfänglich wirken (wie beispielsweise Konvertiten), gezielt anzusprechen und ideologisch zu beeinflussen. Das interaktive Potenzial des Web 2.0 erlaubt „*terrorists to assume an offensive position. Instead of waiting for web surfers to come across their websites and propaganda materials, terrorists can now lure targeted individuals to the sites.*“⁷⁶ Weniger bekannte hochmotivierte Sympathisanten fungieren hierbei oftmals als Bindeglieder zwischen bekannten jihadistischen Einflussgrößen und den zu beeinflussenden Neulingen.

Die Kommunikationsstrategie der Akteure zeigt Erfolg. Insbesondere die fortschreitende Radikalisierung junger Muslime im Westen kann der Internet-Propaganda der globalen Jihad-Bewegung zugeschrieben werden.⁷⁷ „*Neben den realen Dschihadisten stellen also auch die*

75 vgl. **Conway, Maura; McInerney, Lisa** (2008): *Jihadi Video & Auto-Radicalisation: Evidence from an Exploratory YouTube Study*. In: Ortiz-Arroyo, Daniel et al. [Hrsg.]: *Intelligence and Security Informatics*, LNCS 5376. Berlin; Heidelberg: Springer, S. 108.

76 **Weimann, Gabriel; Gorder, Gabrielle Vail** (2009): *Al-Qaeda Has Sent You A Friend Request: Terrorists Using Online Social Networking*. In: *inSITE*, Bd. 2, H. 6, S. 25.

77 vgl. **El-Difraoui, Asiem; Steinberg, Guido** (2011): *Der Feind in unserem Netz. Wie bekämpft man Al-Kaida & Co im virtuellen Raum?* In: *Internationale Politik (IP) online*, H. Januar/Februar 2011. Unter: http://www.swp-berlin.org/fileadmin/contents/products/fachpublikationen/dfr_sbg_Der_Feind_in_unserem_Netz_IP_Februar_2011.pdf

'virtuellen Dschihadisten' eine nicht zu unterschätzende Gefahr für die Sicherheit von Staaten und Gesellschaften dar.⁷⁸ Besondere Sorgen bereitet Sicherheitsbehörden der »Lone-Wolf«-Terrorismus. „*This refers to an individual not connected to any particular cell or network, but who becomes radicalized as a result of jihadist literature online.*“⁷⁹ Auch wenn das Internet bislang kein Terroristen-Training in der physischen Welt ersetzen kann,⁸⁰ zeigen Fälle wie der des Kosovo-Albaners Arid Uka, der am 02. März 2011 am Frankfurter Flughafen zwei US-Soldaten erschoss, dass das Netz der Netze durchaus Potenzial besitzt, um aus Konsumenten jihadistischer Propaganda, die über keine Verbindung zu Terrorgruppen verfügen, Attentäter werden zu lassen.

Die E-Jihadisten mussten jedoch ebenso feststellen, dass dort, wo viel Licht ist, auch viel Schatten herrscht – dies gilt insbesondere für die Nutzung des Web 2.0. Eine gravierende Schattenseite des Social Web sind Sicherheitsrisiken: Ermittler und Beobachter können soziale Netzwerke wie beispielsweise Facebook leichter überwachen und infiltrieren, als es in den Hardcore-Foren möglich ist.⁸¹ Die größte Stärke des Social Web – sein Vernetzungspotenzial – kann für Terroristen schnell zur Achillesferse werden. Ein Mitglied eines englischsprachigen Jihad-Forums warnt andere Nutzer:

„Don't make a network in facebook... Then kuffar will know every friend you have or had in the past. They will know location, how you look, what you like, they will know everything! Join facebook if you want and use it to keep in touch with friends and brothers far away but not as a network.“⁸²

Überschreitet ein Facebook-Mitglied die Schwelle vom Online-Aktivismus zum physischen Jihad, geraten seine Kontakte unter das Prisma weltweiter Aufmerksamkeit. So veröffentlichte der US-amerikanische E-Jihad-Experte Aaron Weisburd nach der Verhaftung des Frankfurter Attentäters Arid Uka auf seinem bekannten Blog »Internet Haganah« mehrere Beiträge mit Informationen zu Facebook-Nutzern, die virtuellen Kontakt zu Uka hatten.⁸³ Mehrere Personen, die mit Uka via

f, S. 20.

78 **Dengg, Oliver** (2010): *Dschihad 2.0: Die Aktivitäten der 'Virtuellen Dschihadisten' im Social Web*. In: Journal for Intelligence, Propaganda and Security Studies [JIPSS], Bd. 4, H. 2/2010.

Unter: <http://www.bmlv.gv.at/wissen-forschung/publikationen/beitrag.php?id=2031>, S. 127.

79 **Gohel, Sajjan M.** (2009): *The Internet and its Role in Terrorist Recruitment and Operational Planning*. In: CTC Sentinel, Bd. 2, H. 12.

Unter: <http://www.ctc.usma.edu/wp-content/uploads/2010/08/CTCSentinel-Vol2Iss12-art4.pdf>, S. 15.

80 vgl. hierzu **Stenersen, Anne** (2008): *The Internet: A Virtual Training Camp?* In: Terrorism and Political Violence, Bd. 20, H. 2, S. 215-233.

81 Dort werden Mitgliedschaftsanwärter einem sorgfältigen Screening-Prozess unterzogen, bei dem durch Fragen und Tests ihre ideologische Gesinnung, Vertrauenswürdigkeit und ihr religiöses Hintergrundwissen überprüft werden. Die angesehensten Foren regeln die Aufnahme neuer Mitglieder noch restriktiver über ein Invite-Only-Prinzip: Neue Nutzer erhalten nur dann einen Account, wenn ein bereits registriertes Mitglied mit hoher Reputation ihre Aufnahme vorschlägt und für den Neankömmling bürgt.

82 zitiert nach: **Weimann, Gabriel; Gorder, Gabrielle Vail** (2009): *Al-Qaeda Has Sent You A Friend Request: Terrorists Using Online Social Networking*. In: inSITE, Bd. 2, H. 6, S. 22.

83 vgl. hierzu: **Weisburd, Aaron** (2011): *Search in a Can: Arid Uka*. (Internet Haganah, 01. April 2011).

Unter: <http://internet-haganah.com/harchives/007251.html>

Facebook in Verbindung standen, entfernten ihre Accounts unmittelbar nach dem Attentat, vermutlich, um juristischen Schwierigkeiten vorzubeugen.⁸⁴

Ein zweiter erheblicher Nachteil, den Web-2.0-Anwendungen aus Sicht der Jihadisten mit sich bringen, ist die Gefahr einer ideologischen Verwässerung. Anders als in der »Virtual Bubble« der radikal-islamistischen Hardcore-Foren, in der eine strikte ideologische Kontrolle vorherrscht, ist das informationsdemokratische Web 2.0 von einer wesentlich höheren Meinungsdiversität geprägt. Der Pluralismus der Nutzer von Facebook, YouTube & Co führt zu einem harten Wettbewerbskampf um die Meinungsbildung. Zudem werden die jihadistischen Publikationen mit verschiedensten anderen Angeboten vermischt – Inhalten, die

„from a jihadist perspective, [are] either offensive (like music videos with scantily clad singers) or undesirable (like parodies of jihadist videos). Finally, the comments on YouTube differ starkly from those of the self-selecting supporters on jihadist forums: Contributors are as likely to curse bin Laden as to praise him.“⁸⁵

Die Nachteile des Social Web führen dazu, dass Jihadisten es derzeit nur als *„free, easy to use and practical add-on to spread what the RAF termed 'leaflets and graffiti' to reach out for the hearts and minds of a younger generation“⁸⁶* betrachten. Das ausgeklügelte offizielle Kommunikationssystem der Hardcore-Foren können die Web-2.0-Anwendungen daher – zumindest bislang – nicht ersetzen.

3.2 Terror-Lernkurve – propagandistische Innovationen

Die Evolution terroristischer Kommunikationsstrategien erstreckt sich sowohl auf die Darstellungs-, als auch auf die Inhaltsseite von Terrorismus. Die Täter agieren nicht nur als kommunikationstechnologische Avantgardisten, sondern entwickeln auch ihr physisches Vorgehen – die terroristische Tat – beständig weiter. So verhindern sie, dass ihre Aktionen an Spektakularität verlieren und zu etwas Gewöhnlichem, kaum noch Berichtenswertem werden. Zudem schneiden sie ihre Operationen gezielt auf die Erwartungen des Medienmarkts und ihres Publikums zu, um die Aufmerksamkeitswirkung ihrer Taten zu potenzieren.

84 vgl. **Weisburd, Aaron** (2011): *Abu Reyyan's missing Facebook friends*. (Internet Haganah, 04. März 2011).

Unter: <http://internet-haganah.com/harchives/007195.html>

85 **Kimmage, Daniel** (2010): *Al-Qaeda Central and the Internet*. Counterterrorism Strategy Initiative Policy Paper. März 2010. Unter: http://counterterrorism.newamerica.net/sites/newamerica.net/files/policydocs/kimmage2_0.pdf, S. 15

86 **Prucha, Nico** (2010): *Internet Ventures: Online Jihad and the Gaming Industry as cultural sub-groups in comparison on the World Wide Web*.

Unter: <http://online-jihad.com/2010/05/18/food-for-thought-%E2%80%93-article-by-n-prucha>, S. 6.

3.2.1 Aktionspotenzial – die Weiterentwicklung terroristischer Gewalt

Terrorismus lebt primär von zwei Ingredienzien, die miteinander in einer dynamischen Wechselwirkung stehen: Gewalt und kommunikative Wirkung. Die Kommunikationsstrategie Terrorismus setzt Gewalt als Transmissionsriemen ein. Gewalt schafft – im wahrsten Sinne des Wortes – ein Aktionspotenzial. Durch ihre gewalttätigen Aktionen erreichen Terroristen, dass ihnen die breite Masse Aufmerksamkeit schenkt. Dies erreichen sie jedoch nur dann, wenn die Gewalt innovativ bleibt. Weist sie ein immer ähnliches Muster auf – wie beispielsweise die zahllosen Bombenanschläge im Irak – ist sie den Mainstream-Medien bald nur noch eine Randmeldung wert. Wie bereits erwähnt, sind hohe Opferzahlen ein Garant für Aufmerksamkeit. Terrororganisationen trachten daher nach neuen »Rekorden«. Die RAF tötete gezielt mehr Menschen als jede andere Organisation in Deutschland nach dem zweiten Weltkrieg – 34 Morde gehen auf ihr Konto. Ihr gesamtes physisches Zerstörungspotenzial wurde von AQ Central mit einem einzigen Terrorakt – den Anschlägen vom 11. September – um ein Vielfaches überboten. Zahlreiche weitere Terrorakte mit teils hohen Opferzahlen folgten.⁸⁷

Auch mit technologisch anspruchsvollen Gewaltaktionen können Terroristen Schlagzeilen machen. So erzielte der RAF-Anschlag auf den Vorstandsvorsitzenden der Deutschen Bank, Alfred Herrhausen, am 30. November 1989 vor allem deshalb eine hohe Medienwirkung, weil „*die technische Präzision des Attentats [...] ungewöhnlich [war]. Noch nie zuvor hatte die RAF derart exakt gearbeitet*“⁸⁸. U.a. installierten die Attentäter eine Lichtschranke, welche beim Passieren von Herrhausens Wagen eine TNT-Hohlladungsmine zündete. Einen ungleich höheren technologischen Aufwand betrieb AQ Central, indem sie am 11. September 2001 vier Passagierflugzeuge entführte und in das World Trade Center, das Pentagon und beinahe in ein weiteres Gebäude hineinsteuerte. Die Spektakularität der Anschläge von 9/11, die sowohl im Hinblick auf das Zerstörungspotenzial als auch auf ihre technologische Raffinesse bislang einzigartig geblieben sind, hat maßgeblich dazu beigetragen, dass sich AQ als bekannteste Terror-»Marke« der Geschichte etablieren konnte.

Superlative der Opferzahlen und des technologischen Anspruchs sind für »erfolgreichen« Terrorismus jedoch nicht unbedingte Voraussetzung – im Gegenteil, lautet doch eine terroristische Maxime, mit möglichst begrenzten Mitteln unbegrenzten Schrecken erzeugen zu wollen.

87 vgl. hierzu **Helfstein, Scott; Abdullah, Nassir; Al-Obaidi, Muhammad** (2009): *Deadly Vanguard: A Study of al-Qa'ida's Violence Against Muslims*. CTC Occasional Paper Series, December 2009.

Unter: <http://www.ctc.usma.edu/posts/deadly-vanguards-a-study-of-al-qaidas-violence-against-muslims>

88 **Gunkel, Christoph** (2009): *Tod in der Lichtschranke. 20 Jahre Herrhausen-Attentat*. (Spiegel Online, 30. November 2009). Unter: http://einestages.spiegel.de/static/topicalbumbackground/5571/tod_in_der_lichtschranke.html

Besonderes Gewicht erhält dabei der Inszenierungswert einer terroristischen Aktion. Ein Paradigma für erfolgsträchtigen »Low-Budget«-Terrorismus sind mediale Entführungsfälle. Für ein zuschauerwirksames Theater of Terror benötigen die Gewalttäter lediglich ein Opfer, eine Kamera, einige symbolische Requisiten und ein Speichermedium. Die RAF war eine der ersten Terrororganisationen weltweit, die bewegte Bilder von einem Geiselhäftling veröffentlichte. Publikationen aus früheren Entführungsfällen, bei denen die Kidnapper nur statische Bilder ihrer Opfer publiziert hatten⁸⁹, erreichten nicht die Signaturwirkung, welche die bewegten Aufnahmen von Schleyer erzeugten, und das, obwohl die ARD von den drei Schleyer-Videos, die ihr zugespielt wurden, nur das letzte ausschnittsweise in der Tagesschau sendete.

Das öffentliche Zurschaustellen von Entführungsoffern bleibt auch im 21. Jahrhundert ein verlässlicher Garant für ein überdurchschnittliches Medieninteresse. Auch die Bild- und Symbolsprache von Geiselveideos hat sich bis heute kaum geändert. Formale Elemente wie die frontale, einen symmetrischen Bildaufbau erzeugende Kameraeinstellung⁹⁰ auf ein wehrloses, verunsichertes Opfer, das mit direktem Blickkontakt zur Kamera gefilmt und vor einer symbolisch dekorierten Kulisse mit Organisationsbanner im Hintergrund präsentiert wird, sind charakteristisch für Geiselveideos auf der ganzen Welt. Gleiches gilt für die Inhaltselemente von Entführeraufnahmen – weit verbreiteter Usus ist beispielsweise das Verlesen eines Statements durch die Geisel oder ihre Kidnapper, ein »Verhör« des Entführungsofners oder eine Legitimation der Täter. Auch die kommunikative Taktik, Geiseln zu instrumentalisieren, um Druck auf das Erpressungsopfer auszuüben, zählt zu den genretypischen Inhalten von Geiselveideos. Entführer lassen ihre Gefangenen z.B. häufig den Vorwurf äußern, ihre Landesregierung habe noch nichts für ihre Befreiung getan und lasse sie im Stich. So bringt die RAF-Geisel Hanns Martin Schleyer in einem am 15. Oktober veröffentlichten Geiselveideo vor:

„Ich frage mich in meiner jetzigen Situation wirklich: Muss denn noch etwas geschehen, damit Bonn endlich zu einer Entscheidung kommt? Schließlich bin ich nun fünfeinhalb Wochen in der Haft der Terroristen und das alles nur, weil ich mich jahrelang für diesen Staat und seine freiheitlich-demokratische Ordnung eingesetzt und exponiert habe.“⁹¹

Ähnliche Aussagen finden sich in zahlreichen Entführervideos, die vom AQ-Netzwerk veröffentlicht wurden.

89 Hier sei beispielsweise die Entführung des CDU-Politikers Peter Lorenz durch die Bewegung 2. Juni genannt. Die Geiselnnehmer veröffentlichten ein Polaroid-Foto ihres Opfers, das sie am 27. Februar 1975 gekidnappt hatten. Lorenz kam im Rahmen eines Gefangenenaustauschs am 04. März 1975 wieder frei.

90 Videos dieser Art bezeichnet man als »Body Videos«.

91 Das Video ist ausschnittsweise enthalten in **SWR** (2007): *30 Jahre danach... Der Deutsche Herbst in Stuttgart*. TV-Dokumentation. Regie/Buch: Goggo Gensch. SWR: 20-09-2007, 23:00.

Während die RAF Schleyer jenseits der Kamera ermordete, haben islamistische Terroristen ihr Theater of Terror intensiviert, indem sie den Tod ihrer Opfer medial dokumentierten. Eine neue Dimension von Terror leiteten die Enthauptungsvideos ein, die vor allem mit der irakischen AQ-Filiale, welche von Abu Musab al-Zarqawi gegründet wurde, assoziiert werden.⁹² Die Intimität des Todes und die explizit sichtbare Zerstörung des menschlichen Körpers ist die Inkarnation blanken Terrors – „*providing a vision of the hostages' suffering that is otherwise likely to remain – at least in terms of graphic verisimilitude – beyond the bounds of the spectator's imaginative capacities.*“⁹³ Die unzensurierte Veröffentlichung von derart grausamem Bildmaterial ist erst durch das Internet möglich geworden, denn internationale Fernsehsender (auch die arabischen wie Aljazeera) verzichteten auf Grund medienethischer Richtlinien darauf, den eigentlichen Todesmoment einer Geisel auszustrahlen, und senden allenfalls sterile Ausschnitte der Aufnahmen. In westlichen Fernsehsendern ist das Zeigen von drastischem Bildmaterial generell eine statistische Seltenheit. So erbrachte eine Untersuchung der Sender ARD, ZDF, RTL und Sat.1, dass abgerissene oder zerfetzte Körperteile nur in 8 der insgesamt 1145 analysierten Nachrichtenbeiträgen gezeigt wurden.⁹⁴

3.2.2 PR – terroristische Öffentlichkeitsarbeit

Fester Bestandteil des strategischen Kommunikationsmanagements von Terrorgruppen ist eine aktive Öffentlichkeitsarbeit – wie staatliche Organe, Firmen und Organisationen betreiben sie gezielt PR. Unter PR (Public Relations) versteht man die „[o]rganisierte öffentliche Kommunikation von Interessengruppen“⁹⁵. Primäre Ziele von PR sind die Pflege eines öffentlichen Images sowie die Pflege der Beziehungen zu der/den Zielgruppe(n).

Als Teil der Imagepflege haben die meisten Terrorgruppen eine gängige marktwirtschaftliche Strategie übernommen: das Corporate Design. Ziel des Corporate Designs ist die Etablierung einer kohärenten, unverwechselbaren, Seriosität vermittelnden Identität. Durch einen einheitlich verwendeten Markennamen und aufeinander abgestimmte konsistente visuelle Elemente (wie beispielsweise Firmenlogos oder Firmenfarben) soll ein höchstmöglicher Wiedererkennungswert

92 De facto sind die Enthauptungsvideos jedoch nicht die »Erfindung« al-Zarqawis – bereits Mitte der neunziger Jahre filmten tschetschenische Jihadisten Dekapitationen. Dass diese Aufnahmen in westlichen Medienberichten kaum erwähnt wurden, lässt sich damit begründen, dass der Kaukasus-Konflikt – anders als der Irak-Krieg – im Westen nur geringe mediale Beachtung fand.

93 Hill, Andrew (2008): *Hostage videos in the War on Terror*. In: Redmond, Sean; Randell, Karen [Hrsg.]: *War Body on Screen*. London: Continuum, S. 247–262. Unter: <http://oro.open.ac.uk/17377>, S. 251.

94 vgl. Jirschitzka, Jens; Haußecker, Nicole; Frindte, Wolfgang (2010): *Kap. IV. Mediale Konstruktion II: Die Konstruktion des Terrorismus im deutschen Fernsehen – Ergebnisdarstellung und Interpretation*. In: Frindte, Wolfgang; Haußecker, Nicole [Hrsg.]: *Inszenierter Terrorismus. Mediale Konstruktionen und individuelle Interpretationen*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, S. 97.

95 Elter, Andreas (2008): *Propaganda der Tat. Die RAF und die Medien*. Frankfurt: Suhrkamp, S. 39.

erzeugt werden. Der rote, fünfzackige Stern, in dessen Vordergrund eine Maschinenpistole von Heckler & Koch und der Schriftzug »RAF« abgebildet sind, ist das unverkennbare Symbol für die Terror-»Marke« RAF geworden. Es findet sich in den offiziellen Erklärungen der Organisation wieder; Ermittlern diene es als Authentifikator für die Echtheit einer Publikation. Das AQ-Netzwerk verwendet eine ähnliche Branding-Methode. Jede seiner Filialen verfügt entweder über ein eigenes »Firmenlogo« und/oder bindet das Markensymbol eines organisationseigenen MPDZ ein. Produktionen von AQ Central beinhalten z.B. standardmäßig das Logo ihres MPDZ As-Sahab. Auch der strukturelle Aufbau und das Layout von textuellen und multimedialen Produktionen sind einheitlich gestaltet und fungieren dadurch als Erkennungszeichen.

Jihadistische Organisationen haben andere Terrorgruppen mehrfach eindringlich davor gewarnt, das »Copyright« ihrer Marke zu verletzen. Der ausgeklügelte Distributionsmechanismus der Gruppierungen fungiert als Markenschutz. Nur Produktionen, die auf offiziellem Weg von etablierten MPDZ verbreitet werden, sind autorisiert und gelten als authentisch. Ein am 07. Januar 2011 im Ansar al-Mujahideen-Forum veröffentlichtes Statement, welches die Gründung des Medienproduktionszentrums Al-Qadisiyyah Media ankündigt, betont:

„Any productions of Al-Qadisiyyah will be officially released by Markaz Sada al-Jihad of the Global Islamic Media Front. Any material not released by Markaz Sada al-Jihad does not represent Al-Qadisiyyah Media.“⁹⁶

Da die Mehrheit der Menschen Gewalt zur Durchsetzung politischer Ziele strikt ablehnt, müssen Terrorgruppen zur Pflege der Beziehungen zu ihrer/ihren Zielgruppe(n) möglichst plausible Begründungen für ihre Gewalttaten abgeben. Hierbei gilt: Je nachvollziehbarer die Legitimation für eine terroristische Tat ist, desto wahrscheinlicher wird es, dass Adressaten den Gewalttätern Verständnis oder gar Sympathie entgegenbringen. Für den am 08. August 1985 durchgeführten Anschlag auf die Rhein-Main-Airbase in Frankfurt führt die RAF beispielsweise folgende Erklärung an:

„Die Bestimmung der Aktion war, eine Schaltstelle der US-Militärmaschine Zentrum der imperialistischen Kriegsführung – aus der Funktion zu bringen. [...] Wir haben Edward Pimental erschossen, [...] weil wir seine ID-Card gebraucht haben, um auf die Air-Base zu fahren. Für uns sind die US-Soldaten in der BRD nicht Täter und Opfer zugleich, wir haben nicht diesen verklärten, sozial-arbeiterischen Blick auf sie.“⁹⁷

96 Das Gründungsstatement wurde von der Autorin archiviert und kann auf Anfrage eingesehen werden.

97 **RAF:** *Zur Aktion gegen die Rhein-Main-Air-Base und die Erschießung von Edward Pimental. Erklärung vom 25. August 1985.* Abgedruckt in: Hoffmann, Martin [Hrsg.] (1997): Rote Armee Fraktion: Texte und Materialien zur Geschichte der RAF. Berlin: ID-Verlag, S. 344 u. 345.

Die saudische AQ-Filiale legitimiert die Enthauptung des von ihr am 12. Juni 2004 entführten amerikanischen Hubschrauber-ingenieurs Paul Marshall Johnson Jr. mit den Worten:

„This infidel received his fair punishment in this world before moving to the other world. He got to taste some of what the Muslims suffered from the Apache American helicopters that grilled them with their fire flames, embers, and missiles. The American infidel was one of four people in charge of the maintenance and system development of those helicopters.“⁹⁸

Auch das Fehlschlagen von Terrorakten begründen Terroristen sorgfältig. Ein Beispiel hierfür ist der RAF-Anschlag auf das Springer-Hochhaus in Hamburg am 19. Mai 1972, bei dem Menschen verwundet wurden, was die RAF nicht beabsichtigt hatte. Um Personenschäden zu vermeiden, hatten Mitglieder der Organisation mehrere Warnanrufe bei Springer getätigt – diese erfolgten jedoch nicht mehr rechtzeitig, um eine vollständige Evakuierung zu ermöglichen. In einer späteren Erklärung wälzt die RAF die Schuld auf den Springer-Konzern ab:

„Weil trotz rechtzeitiger und eindringlicher Warnungen das Haus nicht geräumt worden ist, sind dabei 17 Menschen verletzt worden. [...] Springer ging lieber das Risiko ein, daß seine Arbeiter und Angestellten durch Bomben verletzt werden, als das Risiko, ein paar Stunden Arbeitszeit, also Profit, durch Fehlalarm zu verlieren. Für die Kapitalisten ist der Profit alles, sind die Menschen, die ihn schaffen, ein Dreck. – Wir bedauern, daß Arbeiter und Angestellte verletzt worden sind.“⁹⁹

In Ausgabe 3, Seite 7 ihres englischsprachigen Magazins »Inspire« bezieht die jemenitische AQ-Filiale zum Scheitern ihres Versuchs, am 29. Oktober 2010 mit Paketbomben zwei UPS-Frachtflugzeuge in die Luft zu sprengen, Stellung. Der Anschlag sei nicht missglückt, denn es sei nicht ihr Primärziel gewesen, die Flugzeuge zur Detonation zu bringen:

„In our discussions prior to the operation we set the passage of explosive devices from any airport as a benchmark of success. For us, blowing up the planes would have made us very pleased but according to our plan and specified objectives it was only a plus.“¹⁰⁰

Wie wichtig Terroristen die Pflege der Beziehungen zu ihren Adressaten ist, erkennt man auch daran, dass sie die Reaktionen ihrer Zielgruppe(n) und der Medien auf ihre Taten und Publikationen einer sorgfältigen Evaluation unterziehen. In einer permanenten dynamischen Wechselwirkung richten sie ihre terroristischen Aktionen und ihre Kommunikationsstrategien immer wieder neu an diesen Reaktionen aus. Kommunikative Taktiken, mit denen sie oder andere Terrororganisationen Erfolg verzeichnen konnten, etablieren sie als festen Bestandteil in ihren Aktionskanon. So hat die

98 zitiert nach **SITE Intelligence Group** (2004): *Translation of the Communique*. (18. Juni 2004). Unter: <http://www.siteintelgroup.org/bin/articles.cgi?ID=publications4804&Category=publications&Subcategory=0> (Link offline)

99 **RAF**: *Sprengstoffanschlag auf das Springer-Hochhaus in Hamburg. Erklärung vom 20. Mai 1972*. Abgedruckt in: Hoffmann, Martin [Hrsg.] (1997): *Rote Armee Fraktion: Texte und Materialien zur Geschichte der RAF*. Berlin: ID-Verlag, S. 147.

100 Die Ausgabe des Magazins wurde von der Autorin archiviert und kann auf Anfrage eingesehen werden.

hohe Medienwirkung der Entführung des CDU-Politikers Peter Lorenz durch die Bewegung 2. Juni im Februar 1975 aller Wahrscheinlichkeit nach die RAF zu einer Nachahmungstat – der Schleyer-Entführung – animiert. Hierfür spricht u.a. die Tatsache, dass die RAF die Bildsprache der Bewegung 2. Juni kopierte. Sie veröffentlichte Bildmaterial ihres Entführungsofopfers, in dem der Gekidnappte ein Schild mit der Aufschrift »Gefangener der RAF« in den Händen hielt. Die Lorenz-Entführer hatten ihr Opfer mit einem ähnlichen Schild fotografiert. Im Jahr 2004 inspirierte das überdurchschnittliche Medienecho auf die On-Camera-Enthauptung des US-Amerikaners Nick Berg durch die irakische AQ-Filiale andere jihadistische Gruppierungen im und außerhalb des Iraks zu medialen Geiselnahmen und löste eine regelrechte Serie von Geisel- und Exekutionsvideos aus.¹⁰¹

Gleichermaßen lassen Terroristen von Kommunikationsstrategien ab, wenn sie zu dem Eindruck gelangen, dass diese PR-schädigend sind. Dies kann bereits zu einem Zeitpunkt geschehen, zu dem ein Terrorakt noch nicht beendet ist. Auf dem ersten Polaroid-Foto, welches die RAF von Schleyer veröffentlichte, lichtete die Terrorgruppe ihr Opfer in Unterhemd und Trainingsjacke ab, um es öffentlich zu demütigen. Dies brachte der Organisation jedoch statt der erhofften Anerkennung heftige Kritik ein – selbst aus linken Unterstützercirkeln. Der Mitleidseffekt, den die Aufnahmen von dem erniedrigten Opfer in der Bevölkerung auslösten, erzeugte eine Sympathiewelle für Schleyer und schürte Aversionen gegen die Täter. Die RAF lernte aus diesem Misserfolg. In späteren visuellen Produktionen ist Schleyer in Hemd und Anzugsjackett zu sehen.

Negatives Rezipienten-Feedback veranlasste Ende 2004 auch den irakischen AQ-Ableger dazu, seine Praxis, Enthauptungsvideos zu veröffentlichen, zu korrigieren. Wenngleich die grausamen Morde vor laufender Kamera den Tätern einen Platz in den Hauptnachrichten sicherten, erwies sich die Kommunikationsstrategie langfristig als kontraproduktiv, weil sie hochgradig sympathieschädigend war. Selbst treue Anhänger der AQ-Filiale reagierten mit erbitterter Kritik auf die extremen Gewaltszene. Die Organisation und andere Terrorgruppen, welche die Kommunikationsstrategie übernommen hatten, passten sich an die Öffentlichkeitswirkung an und stellten das Publizieren medialer Dekapitationen weitgehend ein.¹⁰²

101 zur statistischen Analyse von medialen Geiselnahmen im Irak vgl. **Tinnes, Judith** (2010): *Internetnutzung islamistischer Terror- und Insurgentengruppen unter besonderer Berücksichtigung von medialen Geiselnahmen im Irak, Afghanistan, Pakistan und Saudi-Arabien*. Dissertation, Universität des Saarlandes.

Unter: <http://scidok.sulb.uni-saarland.de/volltexte/2010/3117/>, S. 567-768.

102 zur statistischen Analyse von Hinrichtungsvideos vgl. **Tinnes, Judith** (2010): *Internetnutzung islamistischer Terror- und Insurgentengruppen unter besonderer Berücksichtigung von medialen Geiselnahmen im Irak, Afghanistan, Pakistan und Saudi-Arabien*. Dissertation, Universität des Saarlandes.

Unter: <http://scidok.sulb.uni-saarland.de/volltexte/2010/3117/>, S. 721-730.

Gleichzeitig hat in den letzten Jahren ein neuer Aspekt Eingang in islamistische Geiselvideos gefunden, der zuvor – zumindest in dieser Intensität – nicht zu beobachten war: Geiselnnehmer brüsten sich explizit damit, wie gut sie ihre Opfer behandeln. Als Beispiel sei die Entführung des US-Soldaten Bowe Bergdahl durch die afghanischen Taliban genannt. In einem am 25. Dezember 2009 veröffentlichten Entführervideo versichert Bergdahl, der ungefesselt in seiner Militärkleidung zu sehen ist: „[T]he Mujahideen have not tortured me. They have not waterboarded me, they have not had dogs biting me, they have not, you know, taken pictures of me naked“¹⁰³. Ihre – vorgeblich – vorbildliche Gefangenenbehandlung kontrastieren die Taliban mit den Menschenrechtsverletzungen der amerikanischen »Kreuzdiener«. In einem Split-Screen werden neben dem sprechenden Geiselnhäftling Bilder aus dem Foltergefängnis Abu Ghraib gezeigt.

Im Rahmen ihrer Öffentlichkeitsarbeit versuchen Terrororganisationen auch, angebliche Vorurteile ihrer Gegner zu entkräften. Auch wenn man sicher davon ausgehen kann, dass Terroristen die Verletzung oder den Tod von Zivilisten intendieren (AQ-Netzwerk) oder zumindest billigend in Kauf nehmen (RAF), versuchen die Täter, diese Anschuldigung als ungerechtfertigt darzustellen. Nach der Befreiung von Andreas Baader sah sich die RAF beispielsweise heftiger Kritik ausgesetzt, weil der Zivilist Georg Linke, ein Angestellter des Instituts für Soziale Fragen, in dem sich Baader bei seiner Befreiung aufgehalten hatte, verletzt worden war. In einer theoretischen Schrift reagiert die Organisation auf die Vorwürfe mit den Worten:

„Die Frage, ob die Gefangenenbefreiung auch dann gemacht worden wäre, wenn wir gewußt hätten, daß ein Linke dabei angeschossen wird – sie ist uns oft genug gestellt worden – kann nur mit Nein beantwortet werden. [...] Es gab bei Berücksichtigung aller Möglichkeiten und Umstände keinen Grund für die Annahme, daß ein Zivilist sich noch dazwischenwerfen könnte und würde. Daß die Bullen auf so einen keine Rücksicht nehmen würden, war uns klar.“¹⁰⁴

Jihadistische Organisationen veröffentlichen von Zeit zu Zeit Videos, in denen sie den Abbruch eines Terroranschlags zeigen, mit der Erklärung, man habe auf die Durchführung der Operation verzichtet, weil sonst Zivilisten, die sich am Anschlagort aufgehalten hatten, gefährdet worden seien. Indem Terroristen vorgeben, sich um die Vermeidung ziviler Verluste zu bemühen, möchten sie zum einen den Eindruck vermitteln, dass sie keine brutalisierten Fanatiker sind, sondern rücksichts- und verantwortungsvoll handeln. Zum anderen suggerieren sie ihren Adressaten,

„that they are a military organization, or operating as one. After all, it is militaries that target one another’s personnel while trying to avoid civilian casualties. Creating such a perception of themselves

103 Das Entführervideo wurde von der Autorin archiviert und kann auf Anfrage eingesehen werden.

104 **RAF**: *Das Konzept Stadtguerilla. April 1971*. Abgedruckt in: Hoffmann, Martin [Hrsg.] (1997): *Rote Armee Fraktion: Texte und Materialien zur Geschichte der RAF*. Berlin: ID-Verlag, S. 30.

would simultaneously identify this group as the equivalent of the U.S. military, and therefore legitimate – which is to say, not terrorist. ¹⁰⁵

Mit dem Kommunizieren eines hohen moralischen Anspruchs engen sich Terrororganisationen jedoch ein. Handeln sie nicht konsequent nach ihren eigenen Vorgaben, müssen sie mit harscher Kritik ihres Publikums und dem Verlust von Unterstützern rechnen. So war

„die 'Landshut'-Entführung die endgültige moralische Bankrotterklärung der RAF, die ja immer darauf bestanden hatte, in ihrem bewaffneten Kampf keine unbeteiligten 'einfachen' Bürger zu gefährden. ¹⁰⁶

Aus dem gleichen Grund hat die hohe Zivilverluste fordernde Strategie der Selbstmordattentate dazu geführt, dass der irakische AQ-Ableger seit 2007 massiv in die Defensive geraten ist. Einheimische Iraker, die zunächst als AQ-Verbündete gegen die Truppen der US-geführten Koalition gekämpft hatten, wechselten als Reaktion auf den Tod von Angehörigen die Seiten und begannen, AQ erbittert zu bekämpfen.

Auch in einem nicht-gewaltbezogenen Rahmen betreiben Terroristen Öffentlichkeitsarbeit. Wie staatliche Organe, Firmen und Organisationen leisten sie Wohltätigkeitsarbeit und dokumentieren diese. Nach dem Motto »Tue Gutes und rede darüber« veröffentlichen jihadistische Terrororganisationen (darunter beispielsweise die somalischen Shabaab-Milizen und die in Waziristan basierte Islamische Bewegung Usbekistans) Videos, in denen gezeigt wird, wie Kämpfer Nahrungsmittel und andere Hilfsgüter an Arme und Waisen verteilen.

Auch wenn Terrororganisationen intensive PR betreiben und ihre Kommunikationsstrategien in einem beständigen Lernprozess zu perfektionieren versuchen, lösen sie mit ihren kommunikativen Aktivitäten immer wieder unbeabsichtigte Effekte aus. Die endgültige Interpretation ihrer Taten und Propaganda-Aktionen können sie nicht steuern – die Deutungshoheit liegt letzten Endes bei ihren Rezipienten. Insbesondere der Versuch, durch medientechnologische und kulturelle Trends die junge Generation für ihre Sache zu gewinnen, kann sich als zweischneidiges Schwert erweisen. So hat sich im Kontext des RAF-Terrors eine Pop-Kultur herausgebildet, welche sich mit der RAF nicht auf Grund ihrer ideologischen Botschaft beschäftigte, sondern die Mitglieder der Terrororganisation als Prominente wahrnahm, die zum Zeitgeist der 1970er Jahre gehörten. Hervorstechendes Merkmal einer Popkultur ist die

105 **Dauber, Cori E.** (2009): *YouTube War: Fighting in a World of Cameras in every Cell Phone and Photoshop on every Computer.*

Unter: <http://www.strategicstudiesinstitute.army.mil/pubs/display.cfm?pubID=951>, S. 52.

106 **Hachmeister, Lutz** (2004): *Schleyer. Eine deutsche Geschichte.* München: C.H. Beck, S. 389.

„radikale Entkontextualisierung von Symbolen, die beliebige Adaption von Zeichen und deren Neuverwendung in völlig anderen Zusammenhängen [...] Die Zeitgeschichte fungiert im Falle der RAF wie ein Supermarkt oder ein Steinbruch, in dem sich diejenigen, die sich als Popartisten in Kunst, Mode, Theater, Musik und Literatur Aufmerksamkeit verschaffen wollen, nach Belieben glauben bedienen zu können. Namen, Embleme, Markenzeichen und Logos werden entwendet, gekreuzt oder verballhornt [...] und als mit dem Gestus des 'radical chic' versehene ästhetische Zeichen erneut benutzt.“¹⁰⁷

Das Herausreißen terroristischer Symbolelemente aus ihrem Zusammenhang bis hin zu einer völligen Entpolitisierung ist nicht das, was Terroristen anvisieren. Primärziel ihrer Propaganda der Tat ist es schließlich, eine ideologische Botschaft zu übermitteln und zu bewirken, dass möglichst viele Rezipienten diese verstehen, für sich annehmen und verinnerlichen und so zu Anhängern der entsprechenden politischen Bewegung werden.

Die Popkultur hat die RAF letztendlich sogar historisch überdauert. Während die Terrororganisation in einem am 20. April 1998 veröffentlichten Statement ihre Auflösung bekanntgab, vermarktete der italienische Modehersteller Prada im Jahr 2001 eine Modedesigner Kollektion mit dem Titel »Prada Meinhof«. 2002 publizierte das Düsseldorfer Modemagazin »Tussi Deluxe« eine kontroverse Bilderstrecke, welche den Namen »RAF-Parade« trug. In einem Modekontext wurden Szenen des RAF-Terrors nachgestellt – ein Foto stellt beispielsweise Jan-Carl Raspe dar, der vor einem Mercedes posiert, in dessen Kofferraum ein ermordeter Hanns Martin Schleyer liegt. Der Versuch, mit provokativen Tabubrüchen Werbung zu betreiben, ist eine Marketingstrategie, die zuvor schon von anderen Akteuren und in anderen Zusammenhängen verwendet wurde (so zeigten beispielsweise umstrittene Benetton-Werbekampagnen u.a. AIDS-Kranke, zum Tode verurteilte US-Gefangene und Mafia-Mordopfer).

Auch im Kontext des AQ-Terrors hat sich eine Subkultur herausgebildet, die Bin Laden und andere Terror-»Stars« nicht wegen ihres jihadistischen Hintergrunds, sondern auf Grund ihres Prominenten-Status verehren. So wie *„[v]iele Jugendliche und Schüler [...] in den RAF-Leuten eine Pop-Combo auf Untergrund-Tournee [sahen], und [...] selbstverständlich eher für Baader oder Holger Meins oder 'Gudrun' und 'Ulrike' als für Polizei und Verfassungsschutz“¹⁰⁸* waren, betrachten junge Leute aus der muslimischen und immer häufiger auch aus der westlichen Welt Bin Laden & Co als tatkräftige Siegertypen und Idole mit Kult-Status. Auch wenn der »Terror goes Pop«-Effekt mit Terrorismus im eigentlichen Sinne nichts mehr zu tun hat und für das

107 **Kraushaar, Wolfgang** (2006): *Mythos RAF. Im Spannungsfeld von terroristischer Herausforderung und populistischer Bedrohungsphantasie*. In: Kraushaar, Wolfgang [Hrsg.]: *Die RAF und der linke Terrorismus*. Hamburg: Hamburger Edition, S. 1209.

108 **Hachmeister, Lutz** (2004): *Schleyer. Eine deutsche Geschichte*. München: C.H. Beck, S. 366.

kommunikationsstrategische Primärziel von Terroristen, eine ideologische Botschaft zu vermitteln, fragwürdig bis schädigend ist, verhilft er den Gewalttätern und ihrer »Marke« dennoch zu weiterer Prominenz und spielt ihnen so indirekt in die Hände.

Abschließende Betrachtungen

Der vorliegende Beitrag hat aufgezeigt, dass zwischen den Kommunikationsstrategien der RAF und des AQ-Netzwerks deutliche Parallelen bestehen. Diese Ähnlichkeiten sind durch einen direkten Vergleich von konkreten Kommunikationstechnologien und Propagandamethoden – wie beispielsweise das verwendete Übermittlungsmedium für Terrorbotschaften oder das »Design« eines spezifischen Anschlags – kaum zu erfassen. Um eine tragfähige Vergleichsbasis zu schaffen, die nicht in historischen, geografischen und kulturellen Kontexten verhaftet bleibt, müssen allgemeinere kommunikationsstrategische Muster betrachtet werden, so z.B. die Tendenz zu kommunikationstechnologischer und propagandistischer Innovation. In einem im Mai 1971 veröffentlichten Strategiepapier führt die RAF als „*nächste[.] Schritte*“¹⁰⁹ für ihren Kampf gegen das »Schweinesystem« u.a. folgende »To Dos« auf:

„– Umfassende Propaganda für den bewaffneten Kampf; den Massen erklären, warum dieser notwendig und unvermeidlich ist und wie er vorbereitet werden kann (konspirative Flugblätter und Wandparolen).

– Anleitungen für die Herstellung von Waffen, für die Kampftaktik usw., auf die gleiche Weise verbreiten.“¹¹⁰

Dem AQ-Netzwerk stehen mit der radikal neuen Informations- und Medienumgebung des 21. Jahrhunderts Kommunikationsmittel zur Verfügung, von denen die RAF nur träumen konnte¹¹¹ und mit denen sich ihre avisierten To Dos längst wesentlich effektiver und effizienter umsetzen lassen. Angesichts dessen darf man jedoch nicht aus den Augen verlieren, dass die RAF die in ihrem historischen Kontext verfügbaren Kommunikationsmittel gleichermaßen ambitioniert und mit ähnlichen kommunikationsstrategischen Zielen eingesetzt hat. Ebenso wie das AQ-Netzwerk hat die RAF zudem nicht nur den technologischen Anspruch ihrer Kommunikationsstrategien, sondern auch ihre physischen Vorgehensweisen – die Propaganda der Tat – beständig weiterentwickelt.

109 **RAF**: *Über den bewaffneten Kampf in Westeuropa. Mai 1971*. Abgedruckt in: Hoffmann, Martin [Hrsg.] (1997): Rote Armee Fraktion: Texte und Materialien zur Geschichte der RAF. Berlin: ID-Verlag, S. 107.

110 **RAF**: *Über den bewaffneten Kampf in Westeuropa. Mai 1971*. Abgedruckt in: Hoffmann, Martin [Hrsg.] (1997): Rote Armee Fraktion: Texte und Materialien zur Geschichte der RAF. Berlin: ID-Verlag, S. 107.

111 vgl. **Prucha, Nico** (2010): *Internet Ventures: Online Jihad and the Gaming Industry as cultural sub-groups in comparison on the World Wide Web*.

Unter: <http://online-jihad.com/2010/05/18/food-for-thought-%E2%80%93-article-by-n-prucha>, S. 4.

Beiden Organisationen gemeinsam ist eine überdurchschnittlich hohe Medienaffinität, die ihnen eine überproportionale mediale Prominenz verschafft hat. Dies hat dazu geführt, dass die Namen beider Gruppierungen zu Markensynonymen für den Terrorismus ihrer Zeit geworden sind. Die Wahrnehmung anderer Organisationen wird dadurch überblendet, wodurch ein Zerrbild entstanden ist, welches RAF und AQ deutlich mehr Macht zuschreibt als sie hatten beziehungsweise haben. Während die Mainstream-Medien im 20. Jahrhundert linksextremistische Anschläge häufig kategorisch der RAF zuordneten, obwohl neben ihr zahlreiche andere linksgerichtete Terrororganisationen aktiv waren, schreiben sie heute islamistische Terrorakte oft vorschnell dem AQ-Netzwerk zu. Dies negiert(e) die Komplexität der Landschaft extremistischer Gruppierungen und wirkt(e) einem effektiven Counter-Terrorismus entgegen.

Während mehrere RAF-Mitglieder bereits vor Beginn ihrer Terroristen-»Karriere« Medienprofis waren, hat sich das AQ-Netzwerk erst nach und nach „*from a terrorist organization that uses the media to a media organization that employs terrorism*“¹¹² gewandelt. Indem sie den medialen Informationsraum als paralleles Schlachtfeld erschlossen haben, ist es beiden Terrorgruppen gelungen, eine Propaganda-Asymmetrie zu schaffen, die als inverses Spiegelbild zum physischen Kampfgeschehen, in dem sie eine zahlenmäßig und militärisch weit unterlegene Minderheit bilde(te)n, gesehen werden kann. Das strategische Kommunikationsmanagement hat sich für beide Organisationen ausgezahlt. Es hat nicht nur eine Massenangst bei Regierungen und Bürgern ausgelöst, die in der Verabschiedung von neuen Terrorgesetzen gipfelte, sondern auch die Regenerationsfähigkeit der Gruppierungen gesichert, denen die Prominenz einen ständigen Zustrom neuer Anhänger verschafft(e). Dies impliziert, dass Anti-Terror-Maßnahmen nur dann erfolgreich sein können, wenn sie nicht einseitig auf die militärischen Aspekte von Terrorismus fokussiert bleiben, sondern auch aktiv in das Geschehen auf dem medialen Schlachtfeld eingreifen.

112 **Brachman, Jarret** (2009): *Why Jihadist Media Matters, Even if It's Sucky, Like al-Fursan*. (Jarret Brachman Dot Net, 08. April 2009).

Unter: <http://jarretbrachman.net/?p=145> (Link offline).

4 Literaturverzeichnis

- Alle Webseiten zuletzt eingesehen am 26.02.2012 -

Abou-Taam, Marwan; Bigalke, Ruth (2006): *Die Reden des Osama bin Laden*. München: Diederichs.

Anzalone, Christopher (2010): *From 'Martyrdom' Videos to Jihadi Journalism in Somalia: The Rapid Evolution of Harakat al-Shabab al-Mujahideen's Multimedia*. (Informed Comment, 25. August 2010). Unter:

<http://www.juancole.com/2010/08/anzalone-from-%E2%80%98martyrdom%E2%80%99-videos-to-jihadi-journalism-in-somalia.html>

Asal, Victor; Harwood, Paul (2008): *Search Engines: Terrorism's Killer App*. In: *Studies in Conflict & Terrorism*, Bd. 31, H. 7, S. 641-654.

Baehr, Dirk (2011): *Die somalischen Shabaab-Milizen und ihre jihadistischen Netzwerke im Westen*. In: *KAS-Auslandsinformationen*, H. 8/2011, S. 22-39.

Unter: http://www.kas.de/wf/doc/kas_23599-544-1-30.pdf?110812133901

Bockstette, Carsten (2008): *Jihadist Terrorist Use of Strategic Communication Management Techniques*. The Marshall Center Occasional Paper Series, Nr. 20, Dezember 2008. Unter: <http://www.carlisle.army.mil/DIME/documents/FRONTPOST%20Jihadist%20and%20SC1.pdf>

Brachman, Jarret (2009): *Why Jihadist Media Matters, Even if It's Sucky, Like al-Fursan*. (Jarret Brachman Dot Net, 08. April 2009).

Unter: <http://jarretbrachman.net/?p=145> (Link offline).

Buck, Christian F. (2007): *Medien und Geiselnahmen. Fallstudien zum inszenierten Terror*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.

Conway, Maura; McInerney, Lisa (2008): *Jihadi Video & Auto-Radicalisation: Evidence from an Exploratory YouTube Study*. In: Ortiz-Arroyo, Daniel et al. [Hrsg.]: *Intelligence and Security Informatics*, LNCS 5376. Berlin; Heidelberg: Springer, S. 108-118.

Dauber, Cori E. (2009): *YouTube War: Fighting in a World of Cameras in every Cell Phone and Photoshop on every Computer*.

Unter: <http://www.strategicstudiesinstitute.army.mil/pubs/display.cfm?pubID=951>

- Dengg, Oliver** (2010): *Dschihad 2.0: Die Aktivitäten der 'Virtuellen Dschihadisten' im Social Web*. In: Journal for Intelligence, Propaganda and Security Studies [JIPSS], Bd. 4, H. 2/2010, S. 125-137. Unter: <http://www.bmlv.gv.at/wissen-forschung/publikationen/beitrag.php?id=2031>
- El-Difraoui, Asiem; Steinberg, Guido** (2011): *Der Feind in unserem Netz. Wie bekämpft man Al-Kaida & Co im virtuellen Raum?* In: Internationale Politik (IP) online, H. Januar/Februar 2011, S. 20-25. Unter: http://www.swp-berlin.org/fileadmin/contents/products/fachpublikationen/dfr_sbg_Der_Feind_in_unserem_Netz_IP_Februar_2011.pdf
- Elter, Andreas** (2008): *Propaganda der Tat. Die RAF und die Medien*. Frankfurt: Suhrkamp.
- Elter, Andreas** (2006): *Die RAF und die Medien. Ein Fallbeispiel für terroristische Kommunikation*. In: Kraushaar, Wolfgang [Hrsg.]: *Die RAF und der linke Terrorismus*. Hamburg: Hamburger Edition, S. 1060-1074.
- Flashpoint Partners** (2011): *Al-Qaida Statement Regarding the Death of Usama bin Laden*. (Flashpoint Partners, 07. Mai 2011). Unter: <http://www.flashpoint-intel.com/index.php?view=article&id=820:al-qaida-statement-regarding-the-death-of-usama-bin-laden->
- Galtung, Johan; Ruge, Marie Holmboe** (1965): *The Structure of Foreign News*. In: Journal of Peace Research, Bd. 2, H. 1, S. 64-91.
- Gannon, Kathy** (2006): *A date with the emir of al-Qaeda*. (The Standard, 23. Juni 2006). Unter: http://www.thestandard.com.hk/news_print.asp?art_id=21310&sid=8534770
- GlobalSecurity.org** (2005): *Letter from al-Zawahiri to al-Zarqawi*. (GlobalSecurity.org, o.D.). Unter: http://www.globalsecurity.org/security/library/report/2005/zawahiri-zarqawi-letter_9jul2005.htm
- Glück, Cornelia** (2007): *ETA und die Medien*. In: Glaab, Sonja (2007): *Medien und Terrorismus – Auf den Spuren einer symbiotischen Beziehung*. (Wissenschaft & Sicherheit, Bd. 3). Berlin: Berliner Wissenschaftsverlag, S. 17-30.
- Gohel, Sajjan M.** (2009): *The Internet and its Role in Terrorist Recruitment and Operational Planning*. In: CTC Sentinel, Bd. 2, H. 12, S. 12-15. Unter: <http://www.ctc.usma.edu/wp-content/uploads/2010/08/CTCSentinel-Vol2Iss12-art4.pdf>

Gunkel, Christoph (2009): *Tod in der Lichtschränke. 20 Jahre Herrhausen-Attentat.* (Spiegel Online, 30. November 2009). Unter:

http://einestages.spiegel.de/static/topicalbumbackground/5571/tod_in_der_lichtschränke.html

Hachmeister, Lutz (2004): *Schleyer. Eine deutsche Geschichte.* München: C.H. Beck.

Harms, Ilse (o.J.): *Die Mediatisierung.* In: Virtuelles Handbuch Informationswissenschaft, Kapitel 5. Unter: <http://is.uni-sb.de/studium/handbuch/kap5>

Helfstein, Scott; Abdullah, Nassir; Al-Obaidi, Muhammad (2009): *Deadly Vanguard: A Study of al-Qa'ida's Violence Against Muslims.* CTC Occasional Paper Series, Dezember 2009. Unter: <http://www.ctc.usma.edu/posts/deadly-vanguards-a-study-of-al-qaidas-violence-against-muslims>

Heller, Daniel (2008): *Moderner Terrorismus zwischen religiösen, politischen und sozialrevolutionären Motiven: das Beispiel AlQaida.* In: Straßner, Alexander [Hrsg.]: Sozialrevolutionärer Terrorismus. Theorie, Ideologie, Fallbeispiele, Zukunftsszenarien. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, S. 435-454.

Hess, Henner (2006): *Die neue Herausforderung. Von der RAF zu Al-Qaida.* In: Kraushaar, Wolfgang [Hrsg.]: Die RAF und der linke Terrorismus. Hamburg: Hamburger Edition, S. 103-122.

Hill, Andrew (2008): *Hostage videos in the War on Terror.* In: Redmond, Sean; Randell, Karen [Hrsg.]: War Body on Screen. London: Continuum, S. 247–262. Unter: <http://oro.open.ac.uk/17377>

Hoffmann, Martin [Hrsg.] (1997): *Rote Armee Fraktion: Texte und Materialien zur Geschichte der RAF.* Berlin: ID-Verlag.

Holtmann, Philipp (2010): *Virtueller Dschihad: Eine reale Gefahr. Terroristische Internet-Propaganda wird zunehmend in die Tat umgesetzt.* SWP-Aktuell 48, Juni 2010. Unter: http://www.swp-berlin.org/fileadmin/contents/products/aktuell/2010A48_hlt_ks.pdf

Jenkins, Brian Michael (1974): *Terrorism and Kidnapping.* The RAND Paper Series, P-5255. Unter: <http://www.rand.org/pubs/papers/2006/P5255.pdf>

Jirschwitzka, Jens; Haußecker, Nicole; Frindte, Wolfgang (2010): *Kap. IV. Mediale Konstruktion II: Die Konstruktion des Terrorismus im deutschen Fernsehen – Ergebnisdarstellung und Interpretation.* In: Frindte, Wolfgang; Haußecker, Nicole [Hrsg.]: Inszenierter Terrorismus. Mediale Konstruktionen und individuelle Interpretationen. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, S. 81-119.

Khan, Mukhtar A. (2009): *The FM Mullahs and the Taliban's Propaganda War in Pakistan*. In: TerrorismMonitor, Bd. 7, H. 14, S. 7-10.

Unter: http://www.jamestown.org/uploads/media/TM_007_25.pdf

Kimmage, Daniel (2010): *Al-Qaeda Central and the Internet*. Counterterrorism Strategy Initiative Policy Paper, März 2010. Unter:

http://counterterrorism.newamerica.net/sites/newamerica.net/files/policydocs/kimmage2_0.pdf

Kohlmann, Evan (2010): *A Beacon for Extremists: The Ansar al-Mujahideen Web Forum*. In: CTC Sentinel, Bd. 3, H. 2, S. 1-4. Unter:

<http://www.ctc.usma.edu/wp-content/uploads/2010/08/CTCSentinel-Vol3Iss2.pdf>

Kohlmann, Evan F. (2008): *Inside As-Sahaab: The Story of Ali al-Bahlul and the Evolution of Al-Qaida's Propaganda*.

Unter: <http://www.nefafoundation.org/miscellaneous/FeaturedDocs/nefabahlulsahaab1208.pdf>

Kraushaar, Wolfgang (2006): *Mythos RAF. Im Spannungsfeld von terroristischer Herausforderung und populistischer Bedrohungsphantasie*. In: Kraushaar, Wolfgang [Hrsg.]: *Die RAF und der linke Terrorismus*. Hamburg: Hamburger Edition, S. 1186-1210.

Lake, Eli (2007): *Al Qaeda Breach Called 'Serious' but 'Reparable'*. (The New York Sun, 12. Oktober 2007).

Unter: <http://www.nysun.com/foreign/al-qaeda-breach-called-serious-but-reparable/64466>

Lake, Eli (2007): *Qaeda Goes Dark After a U.S. Slip*. (The New York Sun, 09. Oktober 2007).

Unter: <http://www.nysun.com/foreign/qaeda-goes-dark-after-a-us-slip/64163>

Musawi, Mohammed Ali (2010): *Cheering for Osama. How Jihadists Use Internet Discussion Forums*. Unter: <http://www.quilliamfoundation.org/images/stories/pdfs/cheering-for-osama.pdf>

Musolff, Andreas (2006): *Bürgerkriegs-Szenarios und ihre Folgen. Die Terrorismusdebatte in der Bundesrepublik 1970-1993*. In: Kraushaar, Wolfgang [Hrsg.]: *Die RAF und der linke Terrorismus*. Hamburg: Hamburger Edition, S. 1171-1184.

Neubacher, Frank (2010): *Terrorismus – Was haben »Rote Armee Fraktion« und »Jihadisten« gemeinsam?* In: JURA, Heft 10/2010, S. 744-749.

PBS (2007): *JIHAD: The Men and Ideas Behind Al Qaeda*. TV-Dokumentation. Regie/Bericht: William Cran, Clive Syddall, Adam Lively. PBS: 15-04-2007 (America at a Crossroads), 21:00.

Peters, Butz (2004): *Tödlicher Irrtum. Die Geschichte der RAF*. Berlin: Argon.

Prucha, Nico (2010): *Internet Ventures: Online Jihad and the Gaming Industry as cultural sub-groups in comparison on the World Wide Web*.

Unter: <http://online-jihad.com/2010/05/18/food-for-thought-%E2%80%93-article-by-n-prucha>

Prucha, Nico (2011): *Online Territories of Terror – Utilizing the Internet for Jihadist Endeavors*.

In: Orient, H. IV/2011. Unter:

http://www.oip.ac.at/fileadmin/Unterlagen/Dateien/Publikationen/Article_ORIENT_IV_NicoPrucha.pdf

SITE Intelligence Group (2004): *Translation of the Communique*. (18. Juni 2004). Unter:

<http://www.siteintelgroup.org/bin/articles.cgi?>

[ID=publications4804&Category=publications&Subcategory=0](http://www.siteintelgroup.org/bin/articles.cgi?ID=publications4804&Category=publications&Subcategory=0) (Link offline)

Steinseifer, Martin (2006): *Terrorismus als Medienereignis im Herbst 1977: Strategien, Dynamiken, Darstellungen, Deutungen*. In: Weinhauer, Klaus; Requate, Jörg; Haupt, Heinz-Gerhard [Hrsg.]: *Terrorismus in der Bundesrepublik. Medien, Staat und Subkulturen in den 1970er Jahren*. Frankfurt: Campus Verlag, S. 351-381. Unter:

http://www.zeitgeschichte-online.de/portals/rainbow/documents/pdf/raf/steinseifer_terr_med.pdf

Stenersen, Anne (2008): *The Internet: A Virtual Training Camp?* In: *Terrorism and Political Violence*, Bd. 20, H. 2, S. 215-233.

SWR (2007): *30 Jahre danach... Der Deutsche Herbst in Stuttgart*. TV-Dokumentation. Regie/Buch: Goggo Gensch. SWR: 20-09-2007, 23:00.

Tinnes, Judith (2010): *Internetnutzung islamistischer Terror- und Insurgentengruppen unter besonderer Berücksichtigung von medialen Geiselnahmen im Irak, Afghanistan, Pakistan und Saudi-Arabien*. Dissertation, Universität des Saarlandes.

Unter: <http://scidok.sulb.uni-saarland.de/volltexte/2010/3117/>

Waldmann, Peter (2006): *Zur Erklärung und Prognose von Terrorismus*. In: Kemmesies, Uwe E. (2006): *Terrorismus und Extremismus – der Zukunft auf der Spur. Beiträge zur Entwicklungsdynamik von Terrorismus und Extremismus – Möglichkeiten und Grenzen einer prognostischen Empirie*. München: Luchterhand, S. 255-263.

Weimann, Gabriel; Gorder, Gabrielle Vail (2009): *Al-Qaeda Has Sent You A Friend Request: Terrorists Using Online Social Networking*. In: inSITE, Bd. 2, H. 6, S. 20-25.

Weisburd, Aaron (2011): *Abu Reyyan's missing Facebook friends*. (Internet Haganah, 04. März 2011). Unter: <http://internet-haganah.com/harchives/007195.html>

Weisburd, Aaron (2011): *Search in a Can: Arid Uka*. (Internet Haganah, 01. April 2011). Unter: <http://internet-haganah.com/harchives/007251.html>

Wolf, Katharina (2010): *Inszenierungstendenzen der Terrorismusberichterstattung in Fernsehnachrichten*. In: *Inszenierter Terrorismus. Mediale Konstruktionen und individuelle Interpretationen*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, S. 232-254