



praxis
perspektiven

Sabine Ahmadzai, Lale Diklitaş, Catharina Iyer

Sichtbar auf TikTok für Vielfalt eintreten

Content Creation als Tool
für junge religiöse Perspektiven

} Inhaltsverzeichnis

Vorwort	4
Kapitel 1: Über die sozialen Medien seiner Stimme Ausdruck verleihen? Ein Versuch junge Menschen zu empowern	7
1.1. Digitale und analoge Räume schaffen: das Projekt plugether	7
1.2. Projektsetting und Ausgangsbedingungen	8
1.2.1. Motivationen und Unsicherheiten	9
1.2.2. Workshopbausteine und methodische Umsetzung	12
1.3. Spezifika von TikTok-Videos (religiös) heterogener Gruppen	13
Kapitel 2: Inwiefern verändern soziale Medien, wie wir denken, kommunizieren – und glauben? Impulse aus den Workshops	18
Wie die Nutzung von sozialen Medien auf gelebte Religiosität im Alltag wirkt	19
Ein wissenschaftlicher Blick auf gesellschaftspolitischen TikTok-Content über Communitys hinweg	21
Kapitel 3: Welche Rolle spielt Polarisierung und was kann man dagegen tun? Einblicke ins Community Management	25
3.1. Algorithmen versus aktive Mitgestaltung	25
Wie funktionieren Filterblasen und (wie) können sie durchbrochen werden?	26
3.2. Community Management als Workshop-Baustein	27
3.3. Wie sich Content Creator_innen schützen können	28
Welche Maßnahmen können Content Creator_innen ergreifen, um sich selbst und andere Nutzer_innen gegen die Reproduktion rassistischer und diskriminierender Narrative im digitalen Raum zu schützen?	30
Gemeinsames Tiktoken als Chance – Empfehlungen für Praxisakteur_innen	31
Literaturverzeichnis	34
Autorinnen	35
Impressum	36



Dr. Raida Chbib

Geschäftsführerin der Akademie für Islam
in Wissenschaft und Gesellschaft

Vorwort

Im Jahr 2024 startete an der Akademie für Islam in Wissenschaft und Gesellschaft (AIWG) das Projekt „Jugend, Religion und Gesellschaft“, kurz plugether. Als Modellprojekt von der AIWG konzipiert, gefördert durch die Beauftragte der Bundesregierung für Migration, Flüchtlinge und Integration zugleich Beauftragte der Bundesregierung für Antirassismus, brachte plugether engagierte junge Menschen aus ganz Deutschland zusammen.

Ziel war es, Räume zu schaffen, in denen sie sich über ihre vielfältigen religiösen Perspektiven austauschen und zugleich gesellschaftliche Themen verhandeln konnten, die sie persönlich bewegen.

Eine zentrale Besonderheit des Projektes lag darin, junge Menschen aus unterschiedlichen religiösen und sozialen Kontexten bewusst miteinander zu vernetzen und Religion nicht – wie so häufig im öffentlichen Diskurs – als Problem, sondern als Ressource zu thematisieren. Daneben zeichnete sich das Projekt durch die gezielte Nutzung digitaler Räume aus. Insbesondere die Videoplattform TikTok sowie die Zusammenarbeit mit erfahrenen Content Creator_innen spielten eine zentrale Rolle. In insgesamt drei Workshopreihen entwickelten die Teilnehmenden in den beiden Projektjahren eigene Videoformate, lernten Inhalte zu konzipieren, zu produzieren und zu schneiden – und machten ihre Stimmen öffentlich hörbar. Das Projekt war der Impuls für einzelne Teilnehmende, eigene Accounts zu starten und mit ihrem eigenen Content sichtbar zu werden.

Der Ausgangspunkt des Projektes war die Beobachtung, dass junge Menschen sich heute vor allem über soziale Netzwerke zu gesellschaftlichen, religiösen und weltanschaulichen Fragen informieren und dort an Debatten beteiligen. Gleichzeitig prägen Erfahrungen von Polarisierung, Desinfor-

mation und gruppenbezogener Menschenfeindlichkeit diese digitalen Räume. Plugether griff solche Erfahrungen junger Beteiligter auf und verband praktische Projektarbeit mit wissenschaftlicher Reflexion. Das Projekt ging daher unter anderem der Frage nach, was geschieht, wenn digitale Filterblasen bewusst irritiert oder durchbrochen werden: Können Plattformen, die oft als polarisierend beschrieben werden, auch Potenziale für gesellschaftlichen Zusammenhalt entfalten? Können sie dazu beitragen, marginalisierte Perspektiven sichtbarer zu machen und neue Formen des Dialogs zu eröffnen?

Diese Handreichung richtet sich an Bildungsinstitutionen, Träger_innen politischer Bildung sowie alle, die mit jungen Menschen in digitalen Kontexten arbeiten. Sie teilt Erfahrungen aus dem plugether-Projekt, gibt offen, transparent und auch kritisch Einblick in Konzeption und Umsetzung, benennt Herausforderungen und Lernprozesse und verbindet Praxis mit wissenschaftlichen Einordnungen. Beiträge aus der Forschung widmen sich unter anderem der Frage, wie Religion auf TikTok kommuniziert wird und welche Mechanismen sozialer Medien dabei eine Rolle spielen.

Die Publikation ist übersichtlich in drei Teile gegliedert:

Der erste Teil beleuchtet Hintergründe, methodische Überlegungen und zentrale Herausforderungen der Projektumsetzung.

Der zweite Teil bündelt Learnings und Impulse aus den Workshops und geht der Frage nach, wie soziale Medien Denken, Kommunikation und Glaubenspraxis verändern. Eine zentrale Erkenntnis: Die digitale und die analoge Welt sind nicht voneinander zu trennen – soziale Beziehungen und Identität

tätsprozesse vollziehen sich in beiden Räumen zugleich, insbesondere in der Lebensrealität junger Menschen.

Der dritte Teil widmet sich schließlich der Frage, wie mit Hass, Polarisierung und Konflikten mit Bezug auf den eigenen Content praktisch umgegangen werden kann, gibt Einblicke ins Community Management und benennt Schutzstrategien für Content Creator_innen.

Diese Handreichung ist das Ergebnis einer engen Zusammenarbeit von jungen Teilnehmenden, Content Creator_innen, Wissenschaftler_innen, Praxisexpert_innen sowie dem Projektteam. Das Projekt wurde im ersten Jahr wissenschaftlich begleitet von Constantin Wagner (Johannes Gutenberg-Universität Mainz), der im Besonderen Dialogprozesse und Dynamiken des Projektes u. a. durch Interviews und ethnografische Beobachtungsprotokolle untersuchte. Wichtige fachliche Beiträge stammen unter anderem von Anna Neumaier und Ole Rüter (CERES, Ruhr-Universität Bochum), Christoph Günther (Universität Erfurt) sowie Mehmet Koç (Sozialarbeiter und Content Creator). Die grafische Begleitung übernahm die Comic-Zeichnerin und Illustratorin Sheree Domingo. Sie gestaltete nicht nur die Illustrationen für diese Handreichung, sondern dokumentierte visuell das erste Workshoptreffen mit ihren Graphic Recordings. Gemein-

sam mit den QR-Codes zu Beispielvideos begleiten die Zeichnungen die gesamte Publikation und machen die Inhalte so direkt zugänglich. Mehr zu Sheree Domingo, ihrer Arbeit im Projekt und zur Methode des Graphic Recordings ist über folgenden QR-Code einzusehen.



Ergänzt wurde das Projekt durch eine Studie des Centrums für Religionswissenschaftliche Studien an der Ruhr-Universität Bochum zur religiösen und gesellschaftspolitischen Kommunikation auf TikTok unter der Leitung von Prof. Dr. Anna Neumaier. Sie untersuchte religionsvergleichend Themen, Botschaften und Erfolgsstrategien von Content Creator_innen. Erkenntnisse hieraus fließen über die Beiträge von Anna Neumaier und Ole Rüter in die Handreichung mit ein.

Wir hoffen, dass diese Handreichung Mut macht und dabei hilft, neue Wege zu gehen, digitale Räume bewusst zu gestalten und junge Menschen in ihrer Vielstimmigkeit ernst zu nehmen – als Akteur_innen einer pluralen, demokratischen Gesellschaft.



Kapitel 1: Über die sozialen Medien seiner Stimme Ausdruck verleihen? Ein Versuch junge Menschen zu empowern

Jugend, Religion, Gesellschaft – und TikTok. Mit diesem Fokus fanden 2024 bis 2025 Workshops im Rahmen des AIWG-Projektes *pluether* (*plu* = plurality; *gether* = together) statt. Hierfür kamen engagierte junge Menschen aus ganz Deutschland zusammen, um sich kennenzulernen, sich über ihre vielfältigen religiösen Perspektiven auszutauschen und über aktuelle gesellschaftsrelevante Themen zu sprechen, die sie bewegen. Gerade Ausgrenzung, Religionsfeindlichkeit, Antisemitismus und antimuslimischer Rassismus sind Themen, die Teile unserer Gesellschaft gegenwärtig besonders beschäftigen. Angesichts außenpolitischer Krisen und Konflikte stehen Mitglieder verschiedener Religionsgemeinschaften in Deutschland zudem vor großen Herausforderungen.

1.1. Digitale und analoge Räume schaffen: das Projekt *pluether*

Wie bringt man eine Gruppe unterschiedlicher junger Menschen dazu, sich gemeinsam diesen Fragen zu stellen? Das Projekt *pluether* lud junge Menschen im digitalen und analogen Raum zu einem Erfahrungsaustausch ein und ermöglichte in einem zweiten Schritt, das Potenzial und die Chancen unserer pluralen Gesellschaft auch in den sozialen Medien, und hier mit besonderem Fokus auf TikTok, sichtbar zu machen. Unsere Zielgruppe waren junge Menschen von 18 bis 30 Jahren mit religiösen Bezügen und mit Interesse an interreligiösem Austausch, sozialen Medien sowie Content Creation zu gesellschaftspolitischen Themen.

In mehreren Workshops erarbeiteten die Teilnehmenden mit Unterstützung von erfahrenen Content Creator_innen Techniken, Strategien und Tools, um Kurzvideos zu erstellen und ihre Perspektiven auf TikTok sichtbar zu machen – von der Konzeption über den Dreh bis hin zum Schnitt. Im ersten Jahr lag der Fokus der Veranstaltungen zunächst auf Formaten, die ein intensives Kennenlernen von Mitgliedern verschiedener Religionsgemeinschaften und Gespräche in einem vertraulichen *safer*

space ermöglichten, wobei auch hier bereits erste Ideen in Form von Kurzvideos umgesetzt wurden. Mit der Projektverlängerung lag der Fokus im zweiten Jahr darauf, junge Perspektiven über Content Creation sichtbar zu machen und TikTok-Videos zu erstellen. Es wurden drei Content-Creation-Workshops angeboten, die jeweils aus zwei digitalen Veranstaltungen und einem zweitägigen Präsenztermin bestanden.

Rolle der sozialen Medien

Den Hintergrund des Projektes bildet die Tatsache, dass sich junge Menschen heute vor allem über soziale Netzwerke zu gesellschaftlichen, religiösen und weltanschaulichen Fragen informieren und sich dort an Debatten beteiligen. Polarisierung, Bubble-Bildungen und Desinformation sind dabei gemeinhin erste Assoziationen mit sozialen Medien. So gehörten auch Erfahrungen mit gruppenbezogener Menschenfeindlichkeit zu den Gesprächsthemen der Workshop-Teilnehmenden – digital wie analog. *Pluether* nahm stattdessen einen Perspektivwechsel vor und fragte: Welche Möglichkeiten zeichnen sich ab, polarisierenden Tendenzen in den sozialen Medien entgegenzuwirken? Darüber hinaus stand die Frage im Fokus, wie auch Religion als Ressource und Wert in einer pluralen Gesellschaft wirkt. Sowohl individuell für junge Menschen unterschiedlicher religiöser und weltanschaulicher Prägungen als auch gesamtgesellschaftlich als Inspiration, wenn sie über Lösungen für aktuelle Herausforderungen nachdenken und sich auf unterschiedliche Arten sozial engagieren. Können Plattformen wie TikTok genutzt werden, um diese Ressource sichtbar zu machen?

Die Bedeutung der sozialen Medien im Alltag junger Menschen und ihren lebensweltlichen Entscheidungen und Fragen ist nicht von der Hand zu weisen. Dabei war in den vergangenen Jahren ein kontinuierlicher technologischer und medialer Wandel zu verzeichnen, etwa eine Tendenz von Bildern hin zu Videos, der auch die entstehenden Produkte, Diskurse und das Nutzungsverhalten

junger Menschen prägt. Diese Entwicklungen wurden schließlich von mehreren religiösen und zivilgesellschaftlichen Organisationen und politischen Bildungseinrichtungen wie der Bundeszentrale für politische Bildung erkannt, die ihrerseits im Jahr 2025 Content-Creation-Workshops angeboten haben, etwa für Erwachsene in der Öffentlichkeitsarbeit, die ihre Inhalte zeitgemäßer gestalten wollen. Die Besonderheit von plügether lag darin, dass es eine Gruppe religiös heterogener junger Menschen zusammenbrachte und damit auch vielfältige Perspektiven, die in den erstellten Beiträgen sichtbar werden sollten.

1.2. Projektsetting und Ausgangsbedingungen

Die mit dem Projektvorhaben verbundene Ambition, eine möglichst heterogene Gruppe junger Menschen (mit Blick auf Religion, soziale Herkunft usw.) zusammenzubringen, stellte sich direkt zu Beginn als Herausforderung heraus.

Eine vielfältige Gruppe zusammenbringen

Während die angemeldeten Teilnehmenden besonders motiviert waren, in einen interreligiösen Austausch zu treten, hatten wir den Eindruck, dass die gesellschaftlichen Auswirkungen des 7. Oktobers 2023 einen Einfluss auf die Gewinnung von Teilnehmenden gehabt haben könnten. Diesen Eindruck teilten auch andere Akteur_innen von Institutionen und Vereinen, die mit Jugendlichen und jungen Erwachsenen zusammenarbeiten. Gleichzeitig haben wir festgestellt, dass die vorausgesetzten Kriterien (Altersspanne, religiöser Bezug und Interesse an Content Creation) den Kreis an potenziell Teilnehmenden eingengt haben. Im Ergebnis erwies sich die Gruppengröße (mindestens sechs und maximal 15 Teilnehmende) und -konstellation aber als vorteilhaft und der anvisierte Output wurde erzielt.

Die Teilnahme an einem Workshop-Format in einer heterogenen Gruppe, das auch als Dialogprojekt konzipiert wurde, kann ganz unterschiedlich motiviert sein. Dies kann die Projektdynamik beeinflussen. Daher ist es wichtig, sich zum Projektstart gemeinsam über die Motivationen und Erwartungen der Teilnehmenden auszutauschen. Denn beispielsweise können die unterschiedlichen sozio-kulturellen Hintergründe der Teilnehmenden beeinflussen, für welche Themen sie sich interessieren bzw. welche sie als wichtig erachten. Die Teilnehmenden mit Diskriminierungserfahrungen können stärker motiviert sein, über ein vorurteilsbehaftetes Thema aufzuklären.

Bereits mit der Ausschreibung des Workshops wurden daher interessierte Personen dazu aufgefordert, ihre Motivation für eine Teilnahme und ihr persönliches Engagement sowie ihre Erfahrungen mit sozialen Medien darzustellen. Dies konnte entweder in Form eines Kurzvideos oder als Text erfolgen. Die Auswahl der Teilnehmenden traf im Anschluss die Projektmitarbeitenden nach bestimmten Parametern: Besonders wichtig war beispielsweise, dass keine Personen ins Projekt aufgenommen werden sollten, die durch Inhalte, Beiträge oder Aktivitäten in den sozialen Medien aufgefallen waren, die diskriminierend einzustufen sind. Vielmehr sollte jungen Menschen Raum gegeben werden, die noch in den Anfängen ihrer Social-Media-Aktivitäten stehen, aber eine neue Perspektive mitbringen, und das gesellschaftliche Miteinander dadurch bereichern. Wichtig war daher auch, dass die Teilnah-

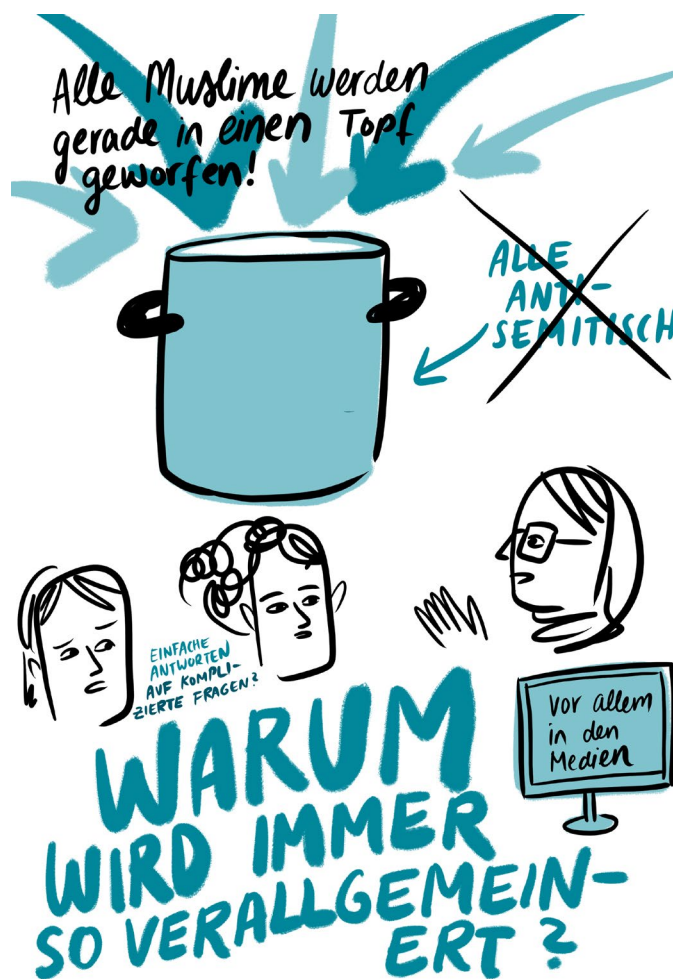


memotivation mit den Projektzielen kompatibel war.

In der Ausschreibung wurden aktiv Personen mit sämtlichen beruflichen Hintergründen dazu eingeladen, sich zu bewerben. Es sollte somit explizit auf mehreren Ebenen eine Heterogenität ermöglicht werden. Der Vorgang der Ausschreibung und Bewerbung sollte gut vorbereitet und aktiv verfolgt werden. Er ist kein Selbstläufer. Bei der Planung von Social-Media-Workshops empfiehlt es sich daher, sich bewusst Gedanken zur Zielgruppe zu machen und passende Werbemaßnahmen zu ergreifen. Es hat sich als hilfreich erwiesen, über Multiplikator_innen über den eigenen Wirkungskreis hinaus für das Projekt zu werben und in ihre Netzwerke zu streuen, beispielsweise über ihre Profile in den sozialen Medien.

1.2.1. Motivationen und Unsicherheiten

Was bringt junge Leute dazu, sich in ihrer Freizeit an einem solchen Projekt zu beteiligen? Durch Gespräche während und nach den Workshops, Bewerbungsformulare sowie Feedbackbögen stellte sich heraus, dass die Teilnahme an plügether insbesondere dadurch motiviert war, sich auszutauschen, interreligiös zu begegnen und in einen Dialog zu treten. Außerdem wollten die Teilnehmenden ihr gesellschaftliches und politisches Engagement stärker zum Ausdruck bringen, Partizipation fördern und nachhaltige Formate schaffen, die Pluralität langfristig sichtbar machen. Als Voraussetzung dafür nannten sie die Anerkennung unterschiedlicher Perspektiven und einen Fokus auf Gemeinsamkeiten, indem sie offen miteinander über Religion, Diversität und gesellschaftliche Herausforderungen reden, voneinander lernen und die eigenen Erfahrungen in einen gemeinsamen interreligiösen Austausch einbringen können. Das Sichtbarmachen unterschiedlicher Perspektiven wurde als wichtiger Schritt gesehen, um Vorurteile abzubauen und einen positiven Diskurs über Religion und Zusammenleben anzuregen, mit dem Ziel, Hass im Netz entgegenzuwirken. Es wurde als Alleinstellungsmerkmal des Projektes angesehen, dass der Diskurs auch auf die sozialen Medien übertragen werden soll.



Persönlich wachsen und Gesellschaft positiv mitgestalten

Besonders wichtig war den Teilnehmenden, dass dieser Austausch nicht nur persönlich bereichernd bleibt, sondern zu einem gesellschaftlichen Wandel beiträgt. Unter diesem Gesichtspunkt schätzten sie insbesondere den Projektaspekt, dass junge (marginalisierte) Stimmen in ihrer Pluralität und religiösen Vielfalt in Medien, Politik und digitalen Räumen gestärkt werden. Sie betrachteten ihr Mitwirken als Chance, Perspektiven zu teilen und gemeinsam Lösungsansätze für die Herausforderungen einer pluralen Gesellschaft zu entwickeln.

Im Rahmen einer Projektevaluation durch Constantin Wagner¹ wurden überdies Gespräche mit Teilnehmenden auf freiwilliger Basis geführt. Wichtige Ergebnisse laut Wagner:

¹ Constantin Wagner ist Juniorprofessor am Institut für Erziehungswissenschaft der Johannes Gutenberg-Universität Mainz. Seine Arbeitsschwerpunkte sind Heterogenität und soziale Ungleichheit in der postmigrantischen Gesellschaft, rassismuskritische Bildungsarbeit, antimuslimischer Rassismus in Medien und Bildungsmaterialien und Islam(verständnisse) im postkolonialen Europa. Er begleitete 2024 plügether mit einer internen wissenschaftlichen Evaluation.

„Die Teilnahmemotive der Personen, die Teil von plugether geworden sind, bewegen sich [...] zwischen dem Wunsch nach Austausch und Kontakt, politischer Einflussnahme und der Zertifizierung der Teilnahme. Damit reflektieren sie alle drei unterschiedlichen Ebenen der Ansprache, die bei der Bewerbung des Projektes eingeführt worden sind. Es erscheint dabei nicht zufällig, welche Teilnehmenden von welchen Ansprachen angezogen werden und wer mit welchen Wünschen und Erwartungen in das Projekt kommt. So fällt auf, dass die weißen² Teilnehmenden vor allem an Dialog im Sinne eines Austauschs über Glaubensfragen interessiert sind. Gesellschaftliche Positionierungen sind hier tendenziell nicht thematisiert. Auch für von anti-muslimischem Rassismus negativ betroffene Teilnehmende spielt der Dialog eine zentrale Rolle, Hintergrund ist hier aber eher das Spüren von Hass, Hetze und Rassismus. Vermutlich nicht zufälligerweise ist hier auch der Wunsch nach Intervention/Außenwirkung stärker ausgeprägt.“

(Constantin Wagner)



Was bedeutet diese Erkenntnis für die Umsetzung des Projektvorhabens? Es ist wichtig, sich der Unterschiede zwischen Personen der Mehrheitsgesellschaft und rassismusbetroffenen Personen und der damit verbundenen Motivationen bewusst zu sein. Diese sollten offen durch das Projektteam gemeinsam mit der Gruppe reflektiert werden, weil es die Möglichkeit eröffnet, Privilegien, Vorannahmen und unterschiedliche Perspektiven sichtbar zu machen. Beispielsweise ist es eine Option, die erstellten Videoinhalte mit Blick auf diese Fragen nach Privilegien und unterschiedlichen Voraussetzungen im Workshop-Setting zu besprechen (siehe Kapitel 2). Denn die Studie von Anna Neumaier und Ole Rüter, die Videoinhalte religionsvergleichend untersucht, hat ebenfalls festgestellt, dass insbesondere muslimische Creator_innen Diskriminierungs- und Rassismuserfahrungen thematisieren. Das hat sich auch in den Kurzvideos des Projektes widerspiegelt.

Soziale Medien besser verstehen

In Zusammenhang mit dem Fokus auf die sozialen Medien war es den Teilnehmenden ein Anliegen, verschiedene Plattformen, besonders aber TikTok, deren Relevanz sie für die Informationsgewinnung vor allem für junge Menschen beobachtet haben, besser zu verstehen, auch hinsichtlich von Aspekten wie Meinungsbildung, Framing von Nachrichten und gesellschaftlichen Themen. Einerseits sehen sie soziale Medien als Orte von Vielfalt, Inspiration und Perspektiven, andererseits als Orte geprägt von Extremismus, Rassismus, Antisemitismus und Verzerrungen. Einige der Teilnehmenden gaben an, von Diskriminierung in diversen Medien persönlich stark betroffen zu sein und daher motiviert zu sein, zu lernen, wie sie dagegenhalten und Narrative verändern können. Darüber hinaus werden soziale Medien als Seismograf gesellschaftlicher Stimmungen wahrgenommen, der Debatten prägt und Konflikte sichtbar macht. Aus diesem Grund sei die Motivation entstanden, zu lernen, wie man kritisch, sicher und wirksam mit diesen Dynamiken umgeht. Infolgedessen äußerten Teilnehmende, dass sie sich in den sozialen Medien gezielt dafür einsetzen möchten, Aufmerksamkeit für wichtige Themen zu schaffen sowie antidiskriminierenden, interreligiösen oder empowernden Inhalten zu mehr Sichtbarkeit zu verhelfen. Daher wurde auch die Motivation geäußert, die eigenen Content-Creation-Fähigkeiten konstruktiv für Engagement, Empowerment und Bildung zu nutzen. Darüber hinaus gaben einige Teilnehmende an, aktuell noch in einer Findungsphase ihres Profils als Content Creator_in zu sein. Sie erhoffen sich durch ihre Teilnahme, ihre praktischen Fähigkeiten in den sozialen Medien zu verbessern, Inhalte zu ihren Themen zu erstellen und sich kreativ auszuprobieren, um ihre Reichweite zu steigern und Menschen mit inspirierenden Videos zu erreichen und zu empoweren.

Allerdings brachte das Workshop-Setting auch Herausforderungen für die Teilnehmenden mit sich, die in heterogenen Kleingruppen zusammenkommen, wie folgender Abschnitt aus der Projektevaluation durch Constantin Wagner darstellt:

² Als „weiß“ werden hier die Subjektpositionen verstanden, die im deutschen Kontext nicht negativ von Rassismus betroffen sind; als „of colour“ diejenigen, die rassistisch diskreditierbar sind (Farrokhzad et al. 2023, 10).

„Der wohl kritischste Punkt bei dem Projektverlauf von plughether war die (knappe) Zeit. Ziel des Projektes war, dass sich junge Erwachsene aus verschiedenen Communitys austauschen und ihre Perspektiven auf Gesellschaft sichtbar machen können. [...] Ahmad Haschemi und Wiegemann (2022) argumentieren vor dem Hintergrund ihres Projektes zu antisemitismus- und rassistuskritischer Praxis aus empowerment-orientierter Perspektive, dass die Bearbeitung heikler Themen Zeit braucht.“

(Constantin Wagner)



Zeit als knappe Ressource

Die Herausforderungen für die Teilnehmenden und im Projekt bestanden folglich darin, innerhalb eines begrenzten Zeitplans Vertrauen untereinander aufzubauen, um auch sensiblere Themen für die Content-Erstellung gemeinsam aushandeln zu können. Dies stellt eine wichtige Rahmenbedingung dar, besonders bei Gesprächen über individuellen Glauben und die eigene Biografie, wenn neben persönlichen Glaubenszugängen auch politische Positionierungen und Ängste vor Diskriminierungserfahrungen zur Sprache kommen. Es ist außerdem ein Prozess, sich auf eine Kernbotschaft zu einigen, die über ein gemeinsames Kurzvideo behandelt werden soll, bei dem multireligiöse Perspektiven einfließen, offen diskutiert und sichtbar werden.

Kreativität braucht Mut und Raum

Die gemeinsame Erstellung eines authentischen Videos und die kreative Entfaltung von Teilnehmenden kann oftmals mehr Zeit in Anspruch nehmen, als ein Workshop bieten kann. Unsicherheiten sind erfahrungsgemäß auch mit der ungewohnten Situation verbunden, vor der Kamera zu stehen und Beiträge zu erstellen, mit denen sie sich wohlfühlen. Lösungen können darin bestehen, unterschiedliche Darstellungsformate zu wählen oder die Aufgaben so aufzuteilen, dass Personen, die nicht vor die Kamera treten wollen, sich mehr in der Skripterstellung oder dem Schnitt engagieren können, je nach Bedürfnissen und Fähigkeiten.

Es stellte sich im Projektverlauf heraus, dass der Zeitfaktor stark variieren kann, je nachdem, wie viel

Vorerfahrung die Teilnehmenden haben und welche Ziele ihnen persönlich wichtig sind.

Die Auswahl der Content Creator_innen

Die Kompetenz der Workshopleitungen, also der erfahrenen Content Creator_innen, spielt eine entscheidende Rolle dafür, inwieweit sie die Teilnehmenden motivieren, begleiten und bei der Videoproduktion unterstützen können. Daher ist die Auswahl der Content Creator_innen, die im Workshopverlauf diese Unsicherheiten auffangen müssen, zentral. Im Vorfeld der Projektplanung ist es daher ebenso wichtig, ausreichend finanzielle Ressourcen einzukalkulieren, um geeignete Content Creator_innen engagieren zu können. Die beteiligten Content Creator_innen wurden auch mit den Projektzielen vertraut gemacht. Unserer Erfahrung nach ist es ideal, die Begleitung durch eine_n Creator_in für eine Kleingruppe von maximal fünf Teilnehmenden sicherstellen zu können, sodass für einen Workshop bei plughether mehrere Creator_



innen im Einsatz waren. Die Teilnehmenden konnten sich aussuchen, mit wem sie im Rahmen des Workshops ihre Idee(n) umsetzen möchten. Hierbei entstanden sowohl Einzel- als auch Gruppenvideos.

1.2.2. Workshopbausteine und methodische Umsetzung

Interessierte Teilnehmende konnten sich für eine Workshopreihe anmelden, die aus mehreren Workshopbausteinen bestand. Dem zwei- bis dreitägigen Präsenzworkshop, der praktischen Phase mit Konzeption, Dreh und Schnitt der Videos, ging dabei ein digitaler Termin voraus, bei dem eine theoretische Einführung in die Content-Erstellung auf TikTok sowie Gespräche über Wunschthemen stattfanden. Bei einem an die Praxisphase anschließenden digitalen Nachbereitungstermin wurden unter anderem die Rezeption der veröffentlichten Videos sowie Aspekte des Community Managements und der Umgang mit Reaktionen besprochen. Je zwei bis drei Content Creator_innen begleiteten eng die Workshops und leiteten die Arbeitsphasen in Kleingruppen an, sodass besondere inhaltliche Interessen berücksichtigt wurden und eine intensive technische Unterstützung gegeben war. Die entstandenen Videos wurden dabei auf dem gemeinsamen TikTok-Kanal veröffentlicht, der von Mitarbeiter_innen der AIWG begleitet und beobachtet wurde und damit einen geschützten Rahmen in dieser ersten Lernphase bot. Langfristig bestand das Ziel von plugether jedoch darin, die einzelnen Teilnehmenden dazu zu motivieren und zu empower, auf ihren eigenen Kanälen selbstständig Content zu kreieren und somit ihre Perspektiven sichtbar zu machen.

Im Rahmen der Workshops schätzten die Teilnehmenden besonders das Zusammenkommen in einer interreligiösen und vielfältigen Gruppe. Besonders bereichernd empfanden sie das Kennenlernen und Vernetzen mit anderen jungen Menschen aus ganz Deutschland, die sich mit ähnlichen Themen beschäftigen. Dabei ging es jedoch nicht nur um oberflächliche Kontakte. Sie hatten Interesse aneinander, waren offen, voneinander zu lernen und durch Gespräche andere Blickwinkel einzunehmen. So konnte eine vertrauliche Atmosphäre geschaffen werden, die ihnen ermöglichte, auch persönlich zu wachsen.

Austausch im geschützten Raum zu alltagsnahen Fragen

Insofern wurde auch ein hoher Bedarf an Möglichkeiten und Räumen der Begegnung gerade unter jungen religiösen Menschen geäußert, so genannte *safer spaces*, um sich offen auszutauschen. Daher sollte im Rahmen solcher Veranstaltungen, je nach Schwerpunkt, ausreichend Raum für Austausch gegeben sein, was aus Sicht der wissenschaftlichen Begleitung ebenfalls empfohlen wird:

„Die Entwicklung gemeinsamer Ideen zum Umgang mit Konfliktfragen und für einen gesellschaftlichen Zusammenhalt benötigt Zeit und Beziehung, soll sie nicht auf der Oberfläche bleiben.“

(Constantin Wagner)



Den Teilnehmenden war es wichtig, nicht nur theoretisches Wissen über interreligiösen Dialog zu erhalten, sondern sich konkret über ihre eigenen religiösen Erfahrungen auszutauschen. Hierzu wurden folgende Methoden (siehe Tabelle „Methodische Umsetzung der Workshops für eine interreligiöse Gruppe“) eingesetzt, die vom Projektteam ausgewählt und angewandt wurden.

Die Methoden sollten dabei unterstützen, über folgende Fragen zu sprechen: Was trägt zur Verständigung bei? Welche Anliegen und Bedarfe haben religiöse Menschen? Und inwiefern kann Religion als Ressource für das Zusammenleben genutzt werden? In der Folge berichteten die Teilnehmenden, dass ihre Motivation gestärkt wurde, sich gemeinsam gewinnbringend mit den Themen Vielfalt und Miteinander in einer pluralen Gesellschaft auseinanderzusetzen.

Die vertrauensbildenden Maßnahmen waren auch eine gute Grundlage, um an einem gemeinsamen Projekt wie der Videoerstellung zu arbeiten, wobei Projekte in Teams, aber auch individuelle Projekte entstanden sind. Hier standen insbesondere die Wissensvermittlung über Funktionsweisen von Plattformen und konzeptionelle und technische Skills im Vordergrund, mit dem Ziel, die Teilnehmenden zu befähigen, eigenständig Videos zu skripten, zu drehen und zu schneiden. Hierbei gilt es zu berücksichtigen, dass der Dreh eines TikTok-Videos für Anfänger_innen eine ungewohnte

Methodische Umsetzung der Workshops für eine interreligiöse Gruppe	
Begegnungs- und Austauschformate	Erarbeitung von TikTok-Videos
<ul style="list-style-type: none"> • Vertrauensbildende Maßnahmen, z. B. <i>safer spaces</i> gewährleisten • Festlegung gemeinsamer Regeln für gelungenen Austausch • Ice Breaker, z. B. Einsatz von Bildkarten • Kennenlernformate, u. a. Abfragen von Motivationen und Erwartungen • Externer Impulsvortrag mit Diskussion, z. B. von Gemeindevertreter_innen und Theolog_innen • Impulse für Diskussionen, z. B. mit Einsatz von weiteren Bildungsmaterialien • Einzel- und Gruppenarbeiten, z. B. in Form einer Diskussionswerkstatt • Reflexionsspaziergang, z. B. bei sensiblen Themen wie Diskriminierung 	<ul style="list-style-type: none"> • Theoretischer Input zu Plattformlogiken und Aufbau einer Social-Media-Präsenz • Übung zur Themenfindung, Kernbotschaft und möglichen Videoformaten (z. B. Faceless Content) • Feedbackrunden im Plenum einplanen, z. B. Pitch der Videoideen und Rückmeldungen aus der Gruppe • Arbeit in Kleingruppen (2–6 Personen pro Creator_in unter enger Begleitung) • Einführung in Umgang mit technischem Equipment • Vermittlung von praktischen Fähigkeiten beim Videoskript, -dreh und -schnitt • Möglichkeit zur eigenständigen Videokonzeption und -erstellung im Anschluss an den Workshop
Erfolgsfaktoren	
<ul style="list-style-type: none"> • Zielgruppenorientierte Ausschreibungs- und Werbemaßnahmen • Nach Möglichkeit mehrtätige Konzeption des Workshops • Organisatorischen Rahmen schaffen (Unterkunft, Verpflegung ...) • Verbindung analoger und digitaler Räume • Auswahl geeigneter Content Creator_innen • Ansprechbarkeit des Projektteams/Awarenessteams vor Ort • Wertschätzende Umgebung schaffen • Kompetente Moderation • Genügend Zeit und Raum für freien Austausch, Gespräche und erste Drehversuche und Aufnahmen • Flexibilität im Programmablauf sicherstellen • Für Vermittlung und Überprüfung der (Video-)Inhalte Recherche betreiben und Expertise einholen • Feedback erfassen und umsetzen 	

Situation und Herausforderung darstellen kann. An dem Prozess waren dabei mehrere Akteur_innen beteiligt. Bei Bedarf wurde auch wissenschaftliche Expertise eingeholt, beispielsweise um Inhalte, die in den Videos vermittelt wurden, bei Unsicherheiten zu prüfen. Nach der Videoerstellung erfolgte in einem nächsten Schritt die Formulierung von Videobeschreibungen (Captions) und die Auswahl passender Hashtags. Auch hier können Plattformrichtlinien relevant sein, da bestimmte Hashtags nicht genutzt werden können, besonders in sensiblen Feldern wie Politik und Sexualität. Die Videos wurden auf dem eigens für das Projekt erstellten TikTok-Kanal veröffentlicht. Teilnehmende wurden getaggt und dazu ermuntert, die Inhalte zu liken, zu kommentieren und zu teilen.

Gemeinsame Erlebnisse stärken Vertrauen

Abgerundet wurden die Workshops durch ein Rahmenprogramm, welches beispielsweise Exkursionen ins politische Berlin oder an religiöse Orte beinhaltete. Zusätzliche Begegnungsformate, wie

das Treffen mit anderen Initiativen oder religiösen Gruppen, ermöglichten den Blick über den eigenen Tellerrand und eine Lesung zu einem aktuellen thematisch verwandten Buch diente zur Inspiration für Video- und Diskussionsinhalte. Darüber hinaus sind diese Angebote eine ideale Möglichkeit zum Vernetzen, weiteren Kennenlernen und damit vertrauensbildende Maßnahmen, die den Teilnehmenden Wertschätzung entgegenbringen. Bei erfolgreicher Teilnahme erhielten die Teilnehmenden ein Zertifikat im Rahmen einer feierlichen Abschlussveranstaltung.

1.3. Spezifika von TikTok-Videos (religiös) heterogener Gruppen

TikTok-Videos eignen sich als Output, um junge Zielgruppen dort zu erreichen und abzuholen, wo sie sich in ihrer Freizeit informieren. Dabei begegnen junge Menschen oft emotionalen und stark vereinfachten Botschaften. Mit diesem Modellpro-



jekt wollten wir dafür sensibilisieren und junge Menschen dazu bringen, miteinander in Austausch zu kommen, um Content zu produzieren, der über die eigenen Gruppengrenzen und Filterblasen hinweg gestreut und sichtbar wird. Junge Menschen sollten sich gesehen und gehört fühlen und sich mit ihren Anliegen aktiv in den Diskurs einbringen, um wahrgenommen zu werden. Weshalb dies eine besondere Herausforderung ist, zeigt der Expertenbeitrag von Christoph Günther (siehe Kapitel 3.1.).

Darüber hinaus ist darauf zu achten, dass die Workshopleitung (Content Creator_innen) auf unterschiedlichen Plattformen Kanäle mit verschiedenen Themenschwerpunkten bespielen und bestenfalls Diversität aufweisen. Die Content Creator_innen bei plugether brachten jüdische, christliche und muslimische Perspektiven ein und arbeiteten unter anderem zu Themenschwerpunkten wie Antidiskriminierung, Feminismus, Radikalisierung, Antisemitismus und Gesellschaftspolitik.

Im Ergebnis bedeutete das konkret, dass auch interreligiöse Videoformate kreiert wurden, die vielfältige Perspektiven sichtbar machen: Beispielsweise durch die Thematisierung verschiedener religiöser Traditionen, durch die Beteiligung von mehreren Personen unterschiedlicher religiöser Überzeugungen an einem gemeinsamen Video oder durch sogenannte Stitches, in denen auf bereits bestehende Videos anderer Creator_innen reagiert wird. Allein diese Tatsache deutete auf Potenziale hin, soziale Medien auf eine Weise zu nutzen, die Pluralität sichtbar und erfahrbar macht. Insgesamt waren die Zugänge zu Religion recht unterschiedlich. Teilnehmende hatten muslimische, christliche und jüdische Hintergründe, wobei unterschiedliche Konfessionen vertreten waren. Es gab auch agnostische oder nicht-religiöse Personen, die an religiösen Perspektiven interessiert waren und diese als Bereicherung für die Gesellschaft betrachten. Teilweise hatten Teilnehmende einen akademischen Hintergrund (im Bereich der islamischen, katholischen oder evangelischen Theologie oder in der Religions- oder Islamwissenschaft) oder waren in Religionsgemeinschaften oder anderen Vereinen aktiv. Die Heterogenität hatte Einfluss auf die Themenwahl und die Ausgestaltung der Kurzvideos.

Welche Themen setzen junge religiöse Menschen auf TikTok?

Ein Blick auf die Themen, die die Teilnehmenden in ihren Kurzvideos bearbeiteten, gibt weitere Hinweise darauf, wie sich die Heterogenität von Gruppen in Inhalten in den sozialen Medien widerspiegeln kann. Die entstandenen Videos lassen sich grob in die folgenden vier Kategorien einteilen, wobei einige der Videos mehreren Kategorien zugeordnet werden können.

a) Öffentliche Wahrnehmung von Religion

Ein besonderer Schwerpunkt lag auf der Wahrnehmung von (ihrer jeweiligen) Religion in der deutschen Gesellschaft. Somit wurden Themen wie historisch gewachsene Religionsfreiheit und religiöse Vielfalt in Deutschland und im Bildungssystem (z. B. Religionsunterricht), gesellschaftliche Spaltung und Othering, insbesondere antimuslimischer Rassismus, aber auch Zugehörigkeitsgefühl in den Videoinhalten verarbeitet. Hierbei war auffallend, dass die Teilnehmenden Religion in ihrer gesellschaftlichen Wahrnehmung auf den ersten Blick nicht als Ressource sahen, sondern über Religionsgrenzen hinweg aus ihren negativen Erfahrungen und ihren Biografien heraus problematisierte Aspekte in ihren Religionsgruppen aufzeigen und teils aufklären wollten.

b) Aufklärung über Vorurteile

Eine weitere Kategorie stellen solche Inhalte dar, die zu Bildungszwecken aufbereitet wurden und mit bestehenden Vorurteilen bei kontroversen Themen „aufräumen“. Dies war ein gemeinsames Bedürfnis aller Workshopgruppen. Dazu gehörte beispielsweise die Rolle der Frau und Geschlechtergerechtigkeit in verschiedenen religiösen Traditionen oder Vorstellungen von Hölle und Himmel – Aspekte, die häufig zur gesellschaftlichen Spaltung instrumentalisiert werden.

c) Religion als Ressource fassen

Die dritte Kategorie umfasst Videos, in denen normative Werte wie (Religions-)Freiheit, gesellschaftliche Vielfalt, Antidiskriminierung, persönlicher Selbstwert oder auch Aufklärung zu (mentaler) Gesundheit aus einer positiven und affirmativen Grundhaltung heraus begründet werden, teilweise mit Bezug auf religiöse Quellen wie Bibel und Koran oder andere religiöse Praktiken und Überzeugungen. Hierzu können auch die Videos zugeordnet werden, die individuelle biografische Entwicklungsprozesse in Bezug auf die eigene reli-

giöse Verortung thematisieren sowie Wendepunkte oder Neuorientierungen umfassen.

d) Interreligiöse Perspektiven zusammenbringen

Die letzte Kategorie umfasst Videos, in denen Themen aus interreligiöser Perspektive gemeinsam diskutiert werden. Hier geht es um existenzielle Fragen nach Leben und Tod, um religiöse Rituale wie das Fasten oder Beten oder auch alltagsbezogene Erfahrungen. Das Ziel war dabei, mehrere Perspektiven auf ein Thema aufzuzeigen und Gemeinsamkeiten deutlich zu machen. Theologische Erörterungen standen nicht im Vordergrund, sondern vielmehr subjektive Kommentierungen, persönliche religiöse Erfahrungen und Inspirationen aus religiösen Traditionen und Quellen.

Ein Beispiel kann die beschriebenen Kategorien veranschaulichen und Hinweise auf die TikTok-spezifische Ausgestaltung von Inhalten durch die Teilnehmenden geben. In einem der reichweitenstärksten, am meisten kommentierten und auch positiv rezipierten Videos auf dem TikTok-Kanal von plugether wird der Social-Media-Trend „What's your favorite horror movie?“ aufgegriffen. Hierbei geht es nicht tatsächlich um Filme, sondern um kritikwürdige gesellschaftliche oder religiöse Missstände, die die Teilnehmenden, vor einem schlichten Videohintergrund, als Antwort thematisieren. Dieser Trend wird in vier Videos aufgegriffen, die stets einen ähnlichen Aufbau und die gleiche Hintergrundmusik aufweisen. So heißt es etwa als Antwort auf die Frage: „Idk [I don't know], vielleicht, dass patriarchale Strukturen in allen Religionen versuchen unsere Stimmen wegzunehmen und Kompetenzen abzusprechen, obwohl Gleichberechtigung Teil unserer Religionen ist“ (QR-Code links). Oder aber: „idk, vielleicht, dass immer über muslimische Frauen gesprochen wird, aber nie mit ihnen, obwohl der Islam uns bereits im 7. Jahrhundert eine Stimme gegeben hat, wie das Recht auf: Erbe, Bildung, Eheschließung, Scheidung, Arbeit,...“ (QR-Code rechts).



Die Beispiele zeigen, dass – trotz ihrer meist zu beobachtenden Verkürzung von Themen – Kurzvideos auf TikTok, die für konstruktive Werte plädieren, durchaus Sichtbarkeit gewinnen können, wenn sie sich an aktuellen Trends orientieren und diese gekonnt aufgreifen. Die kleine Videoserie, die muslimische, christliche und interreligiöse Perspektiven repräsentiert, zeigt, dass ein heterogenes Workshop-Setting ein fruchtbarer Boden für Lernprozesse und die gemeinsame Entwicklung solcher Ideen sein kann, die dann über die sozialen Medien ein weiteres Publikum erreichen können.

Neben dieser Art des Contents, der Trends aufgreift, sind im Rahmen von plugether noch weitere Formate entstanden, so z. B.



multireligiöse Erfahrungsberichte (Fastenzeit im Islam und im Christentum),

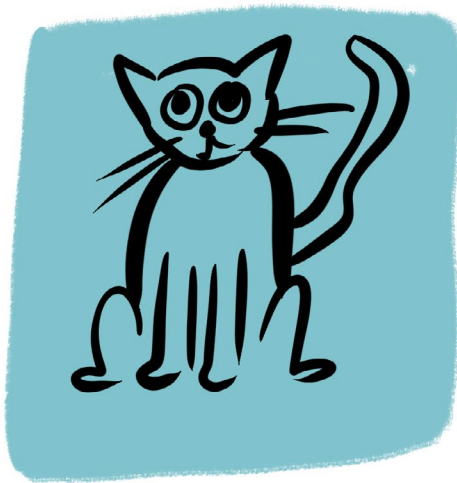


persönliche Erfahrungsberichte (Religiöse Selbstbestimmung)



und Erklärvideos (Religion und KI).

Die über QR-Code zugänglich gemachten Videos sind fünf Beispiele von den insgesamt 19 Videos, die im Rahmen des Projektes entstanden sind.



WAS **DIGITAL** PASSIERT
(Treffen, Liebe, Kommunikation)
IST AUCH **ECHT**.



Wir **SIND** immer
ONLINE!

← selbst,
wenn ich
das weg-
schmeiße



Kapitel 2: Inwiefern verändern soziale Medien, wie wir denken, kommunizieren – und glauben? Impulse aus den Workshops

Was machen der Konsum und die Produktion von Inhalten in den sozialen Medien mit uns? Der Blick hinter die Kulissen bei der gemeinsamen Content-Erstellung bot viele Gelegenheiten, um über die „Kultur der Digitalität“ (Stalder 2016) und den Medienwandel nachzudenken.

Im Mittelpunkt standen die Fragen, wie soziale Medien unsere Denk- und Kommunikationsmuster und Beziehungen verändern, wie sie zu Lern- und Resonanzräumen für religiöse Fragen werden und welche neuen Chancen und Risiken sich daraus für eine vielfältige Gesellschaft ergeben. Was die Projektteilnehmenden und -verantwortlichen darüber gelernt haben, wie soziale Medien prägen, wie wir denken, kommunizieren und glauben, halten wir hier als Schlüsselthemen und Impulse fest, die bei der Ausgestaltung von Content-Creation-Workshops mit beachtet werden sollten.

Digital versus analog? Welchen Einfluss soziale Medien auf soziale Beziehungen haben

Eine wichtige Erkenntnis war, dass die digitale Welt von der analogen nicht trennbar ist und sich soziale Beziehungen in beiden Wirklichkeiten gleichzeitig vollziehen. Besonders die Lebensrealität junger Menschen gestaltet sich längst in beiden. Für unsere Gesellschaft wird es also immer relevanter, darüber nachzudenken, wie analoge und digitale Räume ineinandergreifen. Soziale Medien können inspirieren. Sie prägen, wie wir denken, sprechen und glauben. Damit ist alles, was wir in den sozialen Medien sehen, „echt“ in dem Sinne, dass es spürbare Auswirkungen hat und das „reale“ Leben mitformt. Beispielsweise in Form von inspirierendem Content zu interreligiöser Zusammenarbeit sowie Verständigung und Miteinander. Bekanntlich ist Content aber auch häufig destruktiv. Ebenso wie die Reaktionen darauf. Content Creator_innen, die unsere Workshops leiteten, berichteten beispielsweise davon, dass sie regelmäßig negative Kommentare zu ihrer Haltung, aber auch zu ihrem Aussehen oder ihrer Stimme erhielten. Digitale Gewalt (siehe Kapitel 3.3.), beispielsweise in Form von

herabwürdigenden Kommentaren, kann enorme Auswirkungen auf Betroffene haben, etwa psychischer Natur. In dem Zusammenhang erscheint eine Sensibilisierung über den Umgang mit sozialen Medien, ihre Tragweite, Gefahren und Chancen umso wichtiger.

„Analog und digital ist kein Gegensatz! Es sind echte Dinge, die da passieren, Leute verlieben sich, Freundschaften werden geschlossen und Hass ist dort auch real.“

(Lisa Quarch)



Wie sich religiöse Überzeugungen und soziale Medien wechselseitig beeinflussen

Religiöse Fragen und Inhalte werden nicht länger ausschließlich in Gemeinden gestellt und diskutiert. Orte wie Instagram und TikTok sind besonders für junge Menschen mittlerweile zu relevanten Kultur- und Lernorten geworden: Sie bieten als alltäglicher Begleiter in verschiedensten Bereichen wie Religion, Politik, Gesundheit, Sexualität und in weiteren sozialen Fragen einen niedrigschwelligen Zugang zu Wissen, generiert durch verschiedene Akteur_innen mit unterschiedlichen Qualifikationen. Das bedeutet konkret, dass nicht nur etablierte Institutionen, sondern auch Einzelpersonen ihre Auslegungen präsentieren können. Alles, was Menschen beschäftigt, wird auch dort ausgehandelt. Religiöse Lehren, Feierlichkeiten und Rituale aus dem alltäglichen Leben werden in den sozialen Medien geteilt, vermittelt, ausgelegt und diskutiert, wodurch Teilhabe an globalen Communitys ermöglicht wird. Content in den sozialen Medien kann persönliche Inspirationsquelle sein, gesellschaftliches Handeln prägen und auf vielfältige Arten wirken. Welche Faszination geht von religiösen Content Creator_innen aus und warum haben sie eine solche Wirkungsmacht? Weitere Einblicke gibt Anna Neumaier in ihrem Beitrag.

Wie die Nutzung von sozialen Medien auf gelebte Religiosität im Alltag wirkt (Anna Neumaier)

Soziale Medien sind längst nicht mehr nur für Jugendliche und junge Erwachsene, sondern für die ganze Breite der Bevölkerung ein entscheidender Faktor dafür, wie wir unsere Welt wahrnehmen und unsere Identität gestalten und zeigen. Angesichts der Allgegenwärtigkeit von sozialen Medien ist es wenig sinnvoll, online und offline noch als getrennte Sphären zu verstehen: Sozialkontakte, Inspirationen dafür, wie wir unser Leben gestalten, und all das, was wir als relevant für Gesellschaft, Politik und Kultur wahrnehmen, speisen sich aus nahtlosen Verbindungen verschiedener medialer Kontexte. Das gilt auch für unsere Haltungen in Politik, Wertfragen und Religion. Es wäre geradezu fahrlässig, diesen Bereich in der Jugendbildung zu vernachlässigen.

Was gibt es für religiöse Content Creator_innen in den sozialen Medien?

Die Frage ist viel eher: Was gibt es nicht? Content Creator_innen jeglicher religiöser Traditionen sind dort zu finden – manche mit theologischer Ausbildung, andere sind Laien. Social-Media-Nutzer_innen ohne besondere religiöse Expertise fällt es häufig schwer, einzuschätzen, welche religiöse Herkunft die einzelnen Influencer_innen haben. Daneben gibt es ein breites Angebot jenseits religiöser Traditionen, das Selbstoptimierung und Inspiration verspricht, z.B. spirituelle Coaches, Hexen, Verschwörungserzähler_innen.

Content Creator_innen in den sozialen Medien erscheinen vielen authentischer als das Personal in der Religionsgemeinschaft vor Ort: Ihr Content

entspricht eher jugendlichen Sehgewohnheiten, sie berichten persönlicher von ihrem Glauben, ihr Stil und die visuelle Aufbereitung sind kurzweilig und unterhaltsamer. Das darf nicht mit Oberflächlichkeit verwechselt werden: Viele adressieren ernsthafte Themen, die ihre Follower_innen bewegen. Sie tun dies meist rhetorisch überzeugend und visuell attraktiv aufbereitet, und nicht selten auch fundiert durch Expertise oder eigene Erfahrung.

Was sind typische religiöse Themen auf Social Media?

Präsent ist die Erläuterung und Begründung von religiösen Texten und Dogmen. Auch die vermeintlich „korrekte“ religiöse Lebensführung wird erklärt, oder Creator_innen zeigen direkt als Role Model eine bestimmte Lebensführung im Alltag. Häufig wird mit Humor und Ironie gearbeitet. Nutzer_innen finden aber auch die argumentative Auseinandersetzung mit Stereotypen und Vorurteilen oder gar live durchgeführte Rituale.

Auf diese Weise entfaltet der Content in den sozialen Medien durchaus seine Wirkung. Nicht umsonst bezeichnen wir Content Creator_innen oft als „Influencer_innen“: Sie werden häufig als kompetent wahrgenommen, und ihnen wird Autorität in religiösen Fragen zugeschrieben. Damit laufen sie manchen lokalen Alternativen den Rang ab. Umso wichtiger ist es, im Blick zu behalten, welche Inhalte, Werte und Haltungen religiöse Content Creator_innen explizit oder implizit kommunizieren.



Anna Neumaier ist Professorin für Religionswissenschaft am Centrum für Religionswissenschaftliche Studien (CERES) der Ruhr-Universität Bochum. Ihre Forschungsschwerpunkte sind Religion und Social Media, gegenwärtiger Wandel von Religiosität und empirische Religionsforschung. Sie leitete im Jahr 2025 am CERES das Forschungsprojekt „Religiöse und gesellschaftspolitische Kommunikation und deren Rezeption auf TikTok“ im Rahmen des Projektes *plugether*.

Soziale Medien als Plattform für marginalisierte Stimmen

Soziale Medien können auch marginalisierten Gruppen und Menschen dabei helfen, ihre Perspektiven sichtbar zu machen. Dies zeigt sich an Hashtag-Kampagnen mit großer Reichweite wie #BlackLivesMatter oder #outinchurch. Diese Ereignisse können gesellschaftspolitische Veränderungen anstoßen. Verschiedene Funktionsweisen von sozialen Medien können so eine Rolle darin spielen, dass Hierarchien und traditionelle Autoritäten an Einfluss verlieren. Vielmehr können Geschichten und

Themen einzelner Individuen Bedeutung erlangen und für Reichweite sorgen. Dies kann empowernd sein, aber auch mit Gefahren für die beteiligten Personen einhergehen (siehe Kapitel 3.3.).

Das Feld Religion(en) ist ebenfalls eines, in dem diverse neue Akteur_innen sichtbar werden, von ihren Erfahrungen berichten und damit ein vielfältiges Publikum erreichen. Dies ist über Religionsgrenzen hinweg der Fall. Mit welchen Themen sprechen sie ihre Communitys an und welche Rolle spielen darin gesellschaftliche Fragen? Hierauf gibt Ole Rüter im folgenden Beitrag Antworten.

SOCIAL MEDIA IST KEINE LINEARE KOMMUNIKATION




Ein wissenschaftlicher Blick auf gesellschaftspolitischen TikTok-Content über Communitys hinweg (Ole Rüter)

Im empirischen Forschungsprojekt „Religiöse und gesellschaftspolitische Kommunikation und deren Rezeption auf TikTok“ im Rahmen von plugether wurde der Content ausgewählter Creator_innen und Reaktionen darauf in den Kommentaren untersucht. Im Zentrum stand die Frage: Was finden wir an religiösem Content auf TikTok, und welche Auseinandersetzung mit der eigenen religiösen Identität und gesellschaftspolitischen Themen regt er an? Einige zentrale Erkenntnisse, die in die praktische Arbeit mit TikTok und anderen sozialen Medien, z. B. im Bildungsbereich, einfließen können, sind folgende:

- › Es gibt Content Creator_innen aus vielen religiösen Traditionen. Sie unterscheiden sich nicht grundsätzlich in der Art ihrer Kommunikation, aber es wird deutlich, dass im deutschen Kontext verschiedene Themen unterschiedlich dringlich sind: So sind Fragen von Rassismus und Diskriminierung eher ein Thema muslimischer Creator_innen, die hier auch oft von eigenen Erfahrungen berichten.
- › Religion als Thema eignet sich, um einerseits Solidarität zwischen gläubigen Menschen zu stärken – das zeigt sich etwa in den Kommentaren, in denen Gemeinsamkeiten hervorgehoben und positive Rückmeldungen gegeben werden.
- › Andererseits gibt es Themen, bei denen starke Differenzen und Abgrenzungsmechanismen sichtbar werden – und zwar weniger zwischen den Religionen als vielmehr innerhalb religiöser Traditionen: Vor allem die Grenze zwischen dogmatisch-konservativen und liberal-progressiven Haltungen ist für die Identitätsarbeit von Creator_innen und Follower_innen zentral. Wertefragen – etwa zu Geschlechterrollen, Politik und Sexualität – werden so besonders wichtig.
- › Wie religiöse Themen dargestellt werden, unterliegt auch den jeweiligen Plattform-Logiken: Auf TikTok spielen z. B. Ironie und Humor eine große Rolle. Trends und Memes aufzugreifen, befördert die Sichtbarkeit des Contents, weil der Algorithmus dies belohnt. Reaktionen erfolgen häufig in Form von Emojis. Interaktionen wiederum verstärken die Sichtbarkeit noch mehr.
- › Über Religion zu reden wird als Selbstoffenbarung begriffen. Die Anonymität bzw. Pseudonymität online schafft einen Schutzraum, in dem so etwas Intimes wie persönliche Überzeugungen und auch Zweifel preisgegeben werden. Dies gilt sowohl für Creator_innen als auch für Rezipient_innen. Neben Creator_innen, die mit Klarnamen und Gesicht an die Öffentlichkeit treten, gibt es auch solche, die zu ihrem eigenen Schutz sogenannten „Faceless Content“ bevorzugen.
- › TikTok und andere Plattformen der sozialen Medien werden damit zu einem wichtigen Ort der Bearbeitung der eigenen religiösen Identität und auch der religiösen Selbstvergewisserung. Auf TikTok entfalten religiöse Inhalte ihre Wirkung in algorithmisch vermittelten Resonanzzusammenhängen. Der Algorithmus begünstigt, dass User_innen mit solchem Content in Berührung kommen, der nach ihrer Wahrnehmung ohnehin „zu ihnen passt“. Auf diese Weise finden sie Bestärkung – im Gefühl der Zugehörigkeit zu einer Community von Gleichgesinnten, und auch in der Abgrenzung von anderen religiösen und weltanschaulichen Positionen (siehe auch Kapitel 3.1., Anmerkung der Autorinnen).

Wie funktionieren TikTok und Co.? Fragen, die in der Bildungsarbeit aufgegriffen werden können:

Welcher Content erscheint Jugendlichen attraktiv und überzeugend? Warum?

Wie tragen soziale Medien zur Identitätsbildung von jungen Menschen bei?

Welche Abgrenzungen werden formuliert, welche Gefühle von Zugehörigkeit entstehen, innerhalb von Religionsgruppen, aber auch darüber hinweg?

Wie nehmen junge Erwachsene religiöse Botschaften wahr? Welche Expertise und Autorität schreiben sie den Creator_innen zu und warum?

Wie verhält sich der Konsum von Social Media zu Austauschorten und sozialen Beziehungen offline? Welche Themen werden aufgegriffen und wie werden diese analog ausgehandelt?



Ole Rüter war im Jahr 2025 wissenschaftlicher Mitarbeiter im Forschungsprojekt „Religiöse und gesellschaftspolitische Kommunikation und deren Rezeption auf TikTok“ am Centrum für Religionswissenschaftliche Studien (CERES) der Ruhr-Universität Bochum, das im Rahmen des Projektes *plugether* durchgeführt wurde. Er promoviert am Lehrstuhl für Ethik und Hermeneutik der Humboldt-Universität zu Berlin. Seine Forschungsschwerpunkte sind Sozialethik, digitale Religion und die Rolle von Religion in pluralen Öffentlichkeiten.

Authentizität ist immer selektiv

Authentizität gilt häufig als Qualitätsmerkmal für erfolgreiche Inhalte in den sozialen Medien. Dies wird in der Regel als Echtheit, Glaubwürdigkeit oder Vertrauenswürdigkeit in bestimmten Fragen verstanden. Allerdings zeigten der Blick hinter die Kulissen und die gemeinsame Content-Erstellung, dass zumeist bewusste Entscheidungen getroffen werden, was Personen von sich selbst und ihren Ansichten preisgeben möchten. Zudem wäre es nicht wünschenswert, „vollständige“ Authentizität zu fördern, da dies mit Herausforderungen z. B. in Bezug auf die eigene Privatsphäre verbunden sein kann. Content, mit dem sich Creator_innen identifizieren können, der zu den eigenen Themen und Bedürfnissen passt, kann ganz unterschiedlich sein. Authentizität kann also unterschiedliche Formen annehmen.

Mehr Videoformate – mehr Ausdrucksmöglichkeiten

Da auf Plattformen wie TikTok Inhalte auf diverse Arten transportiert werden können, entstanden im Rahmen des Projektes Videos in ganz unterschiedlichen Formaten. Es ist sinnvoll, die Wahl des Formats und der gestalterischen Elemente den Teilnehmenden zu überlassen. Es bietet sich aber an, zu fragen, welche Videos sie selbst gerne konsumieren und was sie daran ansprechend finden, sodass die Formate die unterschiedlichen Persönlichkeiten, Bedürfnisse, Interessen und Ziele der Teilnehmenden widerspiegeln. Dies dient zugleich der Inspiration und auch dem Verständnis, welche Inhalte sich in welchem Format bestmöglich transportieren lassen.

Dazu gehören Videos, in denen sehr persönliche Erfahrungen thematisiert werden, informative Erklärvideos oder auch Memes (beispielsweise die „your fave horror movie“-Reihe), die aktuelle Trends aufgreifen. Typische Aufklärungsvideos beleuchten ein ausgewähltes Thema und vermitteln Wissen, Memes können auf humorvolle Weise Themen kritisch hinterfragen oder auf Missstände hinweisen: Dadurch sind zahlreiche Gestaltungsmöglichkeiten und erzählerische Stile gegeben, mit denen gesellschaftlich relevante Themen aufgegriffen werden können. Mit den unterschiedlichen Videoarten sind oft unterschiedliche Ziele verbunden. Neben Aufklären und Informieren können auch Anprangern oder Kritisieren weitere Ziele sein, wobei das Unterhalten als Mittel dazu fungieren kann. Hier ist die Zusammenarbeit mit Content Creator_innen, die unterschiedliche Arbeitsweisen und Videostile haben und als Inspiration dienen können, zu empfehlen.

Soziale Medien im Wandel

Regeln und Funktionsweisen von Plattformen und Algorithmen verändern sich laufend. Dies hat Auswirkungen auf die Produktion und Rezeption von Content. Im Projektverlauf stellten wir fest, dass sich die Möglichkeiten zur Moderation der Kommentarspalte veränderten. Dies betrifft auch Funktionen wie die Ausgestaltung der Videobeschreibung (Caption) und die Vergabe von Hashtags. Diese dynamischen Entwicklungen sollten im Blick behalten werden, was auch bedeutet, dass Workshop-Inhalte, z. B. zur Videoerstellung, aber auch zum Community Management, regelmäßig überarbeitet und neu konzipiert werden müssen. Zu empfehlen ist hier die Zusammenarbeit mit erfahrenen und aktiven Content Creator_innen, die die jeweilige Plattform kennen.

Ich möchte dazu beitragen, dass Menschen, die nach Sinn suchen, nicht nur auf dualistische Weltbilder stoßen.



SAFE
SPACE

Kapitel 3: Welche Rolle spielt Polarisierung und was kann man dagegen tun? Einblicke ins Community Management

Wer Content für Social Media erstellt oder Menschen in Workshops dazu anleiten möchte, muss sich auch zum Thema Community Management Gedanken machen. Community Management umfasst verschiedene Aspekte. Dazu gehört der Aufbau einer Follower_innenschaft, also „Community“: Angefangen bei der Formulierung einer ansprechenden „Bio“, der Produktion von „organischem“ Content im Austausch mit Follower_innen, über die Interaktionen mit anderen Creator_innen, die sich thematisch in einem ähnlichen Feld bewegen, bis hin zum Umgang mit Kommentaren und potenziell auch digitaler Gewalt (siehe Kapitel 3.3.). Das bedeutet, nicht nur zu reagieren, sondern auch proaktiv zu handeln. Community Management hilft also dabei, den eigenen Content sichtbarer zu machen und sich selbst sowie die eigene Community zu stärken und zu schützen.

konstruktive Gegennarrative bietet, stellen sich folgende Fragen: Wie funktionieren Filterblasen und Algorithmen und welche Herausforderungen ergeben sich daraus? Christoph Günther gibt in seinem Beitrag Einblicke hierzu.

3.1. Algorithmen versus aktive Mitgestaltung

Zunächst ist es wichtig, Plattformstrukturen und -funktionen zu berücksichtigen, um den eigenen Handlungsspielraum als Content Creator_in zu kennen. So bestimmen größtenteils Algorithmen über Reichweite und Publikum erstellter Videos und spielen sie in die Feeds, also in die personalisierte Abfolge von Inhalten, ausgewählter Konsument_innen. Polarisierende Stimmen und Narrative können begünstigt werden. Es gibt wenig Raum für Differenzierung.

Als Creator_in oder Konsument_in ist es fast unmöglich, sämtliche technische Prozesse, die sich im Hintergrund abspielen, zu überblicken. Dennoch gibt es Möglichkeiten zur Mitgestaltung und Strategien, die erlernt werden können. Dies betrifft sowohl die Gestaltung der Posts (u. a. Captions, Hashtags, Zeitpunkt der Veröffentlichung) als auch den Umgang mit Reaktionen im Anschluss. Um junge Menschen zur Content-Erstellung auf TikTok empowern zu können, der (religiöse) Vielfalt abbildet und



Wie funktionieren Filterblasen und (wie) können sie durchbrochen werden? (Christoph Günther)

Auf sozialen Medienplattformen wie Facebook, Instagram oder TikTok begegnen uns Informationen selten zufällig. Algorithmen sortieren Inhalte nach unserem bisherigen Verhalten: Was wir liken, teilen oder lange ansehen, prägt, was wir künftig sehen. Diese personalisierte Auswahl bildet sogenannte *Filterblasen* oder *Filterbubbles*. Gleichwohl also soziale Medienplattformen in Aussicht stellen, uns mit unterschiedlichsten Menschen (und deren Ideen und Meinungen) in der ganzen Welt in Kontakt zu bringen, sorgen Filterblasen nicht nur dafür, dass wir vor allem das sehen, was uns ohnehin gefällt, sondern auch, dass wir kaum über die Grenzen unserer sozialen Gruppe hinaussehen. Damit verstärken sie unsere eigene selektive Wahrnehmung und unsere Tendenz, uns Gleichgesinnten näher zu fühlen. Eine solche Homogenität von Meinungen und Weltsichten bietet Halt. Denn Filterblasen können Räume schaffen, in denen (nicht nur) junge Menschen ihre Identität reflektieren, Vertrauen aufbauen und sich über Werte, Normen und Glaubensinhalte austauschen. Zugleich können sie aber auch – unbeabsichtigt von den Nutzer_innen – zu einer Einschränkung des Blickfeldes führen. Wir werden damit potenziell anfälliger für eine verzerrte Wahrnehmung der Realität, entwickeln ein geringeres Verständnis für andere Perspektiven und können leichter Falschinformationen unterliegen, die unser Bild von bestimmten gesellschaftlichen Gruppen mitprägen, verschiedene Diskriminierungsformen fördern und Vorurteile reproduzieren können. Wie im analogen Leben kann dies dazu führen, dass bestimmte Bevölkerungsgruppen bevorzugt werden oder stärker sichtbar sind.

Daher ist es nicht nur im analogen Leben, sondern auch auf sozialen Medienplattformen wünschenswert, dass wir uns nicht nur in einer sozialen

Gruppe bewegen. Stattdessen sollten wir Kontakt zu vielen unterschiedlichen Ideen und Meinungen haben und einen Blick ‚über den Tellerrand‘ wagen, der uns ermöglicht, gesellschaftliche Vielfalt wahrzunehmen und andere zu verstehen. Innerhalb von Religionsgemeinschaften – vielleicht aber noch wichtiger: im interreligiösen Dialog – kann es sich also lohnen, darüber nachzudenken, wie wir Filterblasen durchbrechen können und welche Handlungsspielräume wir haben. Die Algorithmen der sozialen Medienplattformen sind dabei nicht

Filterblasen können Meinungsbildung beeinflussen, indem sie bestehende Weltbilder verstärken und den Austausch mit anderen gesellschaftlichen Gruppen erschweren.

hilfreich. Es braucht ein aktives Handeln. Um sich selbst mit Inhalten und Weltsichten auseinanderzusetzen, die nicht der eigenen naheliegen, kann man beispielsweise verschiedene Nachrichtenseiten lesen (idealerweise mit unterschiedlicher politischer Ausrichtung) oder Accounts folgen, die bewusst andere Perspektiven bieten. Wer bewusst alternative Suchbegriffe oder Hashtags benutzt, neue Themen anklickt oder unerwünschte Inhalte ausblendet, bzw. meldet, „trainiert“ nicht nur die Algorithmen der Plattformen, sondern auch die eigene Fähigkeit, kritisch mit sich selbst und der Umwelt umzugehen. Für diejenigen, die mit ihren Inhalten über die eigene Filterblase hinaus wahrgenommen werden möchten, gilt umgekehrt, Bilder oder Videos mit Beschreibungen und Hashtags zu versehen, die von Menschen außerhalb der eigenen Blase genutzt werden.



Christoph Günther ist Heisenberg-Professor für Religionswissenschaft mit Schwerpunkt religiöse Medienpraktiken an der Universität Erfurt. Seine Forschungsschwerpunkte sind digitale Medien und Religion, Lived Religion, visuelle und materielle Kultur, Ikonographie und Ikonoklasmus und religiös-politische Bewegungen.

3.2. Community Management als Workshop-Baustein

Der Content-Creation-Workshop bei plugether enthielt konzeptionell einen festen Baustein zur Nachbereitung in Form einer digitalen Veranstaltung, der unter professioneller Begleitung von erfahrenen Content Creator_innen eine gemeinsame Reflexion der Reaktionen auf Kommentare zu den veröffentlichten TikTok-Videos anleitete. Hierfür müssen die Videos rechtzeitig vorab veröffentlicht werden, damit sich ausreichend Kommentare für die Übungsaufgabe ansammeln. Die Antworten der Teilnehmenden auf die Kommentare zu ihren eigenen Videos wurden im Nachgang veröffentlicht.

Einen TikTok-Kanal einrichten

In welchem Rahmen die entstandenen Videos veröffentlicht werden, haben wir als Institution vorab reflektiert. Das bedeutet beispielsweise für Träger der politischen Bildungsarbeit oder religiöse Einrichtungen, dass sie sich vor dem Start der Workshops mit Blick auf die Zielgruppe überlegen sollten, wer den Kanal auf TikTok betreibt, wie dieser „geframt“ werden soll oder wer für den Kanal inhaltlich und redaktionell verantwortlich ist, auch im Sinne der Impressumspflicht. Dazu gehören auch die Fragen, wer das Community Management übernimmt und wie Personen vor negativen Kommentaren, aber insbesondere auch vor Worst-Case-Szenarien geschützt werden können.

Denn es ergibt sich ein Spannungsverhältnis zwischen der Verantwortung der Organisator_innen (und möglicherweise der potenziellen Geldgeber) für den Schutz der Teilnehmenden und der Möglichkeit, authentisch auf eingehende Kommentare, möglichst aus Perspektive der Teilnehmenden, zu reagieren. Es ist wichtig, transparent mit der eigenen Rolle umzugehen und sich auf die gewünschte Tonalität zu verständigen.

„Community Management umfasst die aktive Pflege, Moderation und Gestaltung von sozialen bzw. digitalen Räumen. Im Kontext von Content Creation auf Plattformen wie TikTok bedeutet dies mehr als auf Kommentare zu reagieren: Es geht darum, eine wertschätzende und stabile Community aufzubauen, in der Austausch, Sichtbarkeit und Sicherheit möglich werden. Zugleich ist es eine politische Praxis: Wer Raum gibt, Haltung zeigt und Wissen teilt, gestaltet die digitale Öffentlichkeit aktiv mit.“

(Mehmet Koç)

Im Workshop wurde vermittelt, welche technischen Möglichkeiten die genutzte Plattform bietet, um Kommentare verantwortungsvoll zu moderieren. Dies kann je nach Eigenschaften wie Alter, Kontostatus (privat vs. öffentlich [Business-Account/Creator-Account]), Anzahl der Follower_innen oder Kommentar- und Datenschutzeinstellungen variieren. Interessierte Einrichtungen sollten diese Vorüberlegungen treffen und ein Konzept erarbeiten. Auf TikTok gibt es aktuell unterschiedliche Moderationsoptionen wie die Freigabe oder Ablehnung von Kommentaren, die Möglichkeit, Filter einzustellen durch das Blockieren von bestimmten Schlüsselwörtern sowie Nutzer_innen zu sperren oder zu melden, wenn sie gegen die Community-Richtlinien verstoßen. Diese technischen Tools können eine erste Grundlage für eine sichere, respektvolle Diskussionskultur liefern.

Moderation für eine positive Kommunikationskultur

Um eine starke, diskursfähige Community zu fördern, braucht es klare Kommunikationsregeln und eine aktive Moderation durch Content Creator_innen, insbesondere auch, um das Verantwortungsgefühl der Mitglieder füreinander zu fördern. Kommunikationsregeln können am besten in einer Netiquette festgelegt werden, beispielsweise in Kurzform in einer Kanalbeschreibung. Positive Interaktionen mit Follower_innen können dafür sorgen, dass sich Teile der Community bei hasserfüllten Kommentaren versachlichend einbringen und so zu einem positiveren Klima beitragen. Wenn negative Kommentare nicht stehen gelassen werden, werden die vielen stillen Mitlesenden abgeholt. Dabei ist zu bedenken, dass kritische Kommentare nicht gleichzusetzen sind

mit Hasskommentaren – sie können auch berechtigte Punkte enthalten und einen Diskurs fördern. Dennoch kann der Umgang mit ihnen kräftezehrend und herausfordernd sein. Hier ist es besonders wichtig, Nuancen zu erkennen und zu wissen, was man bei diskriminierenden Inhalten tun kann.

Aus dem Feedback der Teilnehmenden geht hervor, dass sie im Hinblick auf den Umgang mit kritischen Kommentaren und Hate Speech vor allem gelernt haben, dass es verschiedene Strategien gibt, darauf zu reagieren – von sachlicher Klarstellung über Ignorieren bis hin zum aktiven Moderieren. Jede Person sollte den Weg wählen, der sich passend und stimmig anfühlt. Gleichzeitig wurde deutlich, wie wichtig die Moderation der Kommentarspalten ist, da dort Diskussionen entstehen, die den eigenen Inhalt und dessen Interpretation maßgeblich prägen und weitertragen. Diese Erkenntnisse führten bei einigen insgesamt zu mehr Selbstsicherheit und Handlungskompetenz. Sie nahmen sich außerdem vor, sich auch als Rezipient_innen stärker gegen diskriminierende Inhalte zu positionieren.

Die Workshops boten den Teilnehmenden auch die Möglichkeit, von den Erfahrungen der workshopleitenden Content Creator_innen zu lernen, die schon seit mehreren Jahren auf verschiedenen sozialen Medienplattformen aktiv sind. Im Folgenden fasst Mehmet Koç seine persönlichen Erfahrungen und Herausforderungen bei seiner Arbeit in den sozialen Medien zusammen und schildert, was ihm Orientierung gibt.

„ Als aktiver Content Creator, der dieser Tätigkeit unentgeltlich in seiner Freizeit nachgeht, bewege ich mich täglich in einem Spannungsfeld zwischen Sichtbarkeit und Verletzbarkeit. Allein die Tatsache, dass ich als „muslimisch gelesen“ werde – unabhängig davon, wie ich mich selbst positioniere – führt regelmäßig zu rassistischen Fremdzuschreibungen. Besonders auf Plattformen wie TikTok, wo Inhalte einem breiten, oft unbekanntem Publikum ausgespielt werden, entstehen dadurch Situationen, in denen ich mich potenziell bedroht fühle – auch jenseits des Bildschirms.

Herausfordernd ist zudem, dass gemeldete Hasskommentare von den Plattformen häufig nicht als Verstoß gewertet werden. Gleichzeitig fehlen mir schlichtweg die zeitlichen und emotionalen Ressourcen, um jede Grenzüberschreitung anzuzeigen. Diese Realität teilt vermutlich jede Person, die in politisch aufgeladenen oder diskriminierungssensiblen Feldern aktiv ist. Hinzu kommt, dass sich populistische Inhalte oft schneller verbreiten als differenzierte. Ich habe für mich entschieden, Reichweite nicht über Integrität zu stellen – obwohl das bedeutet, dass mein Content algorithmisch benachteiligt wird. Diese Entscheidung bringt Frust mit sich, aber auch Klarheit. Was mir hilft, ist der Rückhalt durch meine Community, die meine Arbeit mitträgt und mitgestaltet. Trotzdem zeigt sich: Digitale Bildungsarbeit braucht mehr als Idealismus – sie braucht strukturelle Unterstützung und politischen Willen, wenn sie langfristig wirksam und belastbar bleiben soll.³“

(Mehmet Koç)

3.3. Wie sich Content Creator_innen schützen können

In den letzten Jahren haben sich zahlreiche Unterstützungsangebote entwickelt, die sich sowohl an Konsument_innen, als auch an Content Creator_innen in den sozialen Medien richten, sollten sie von Formen digitaler Gewalt betroffen sein. Es empfiehlt sich, dass jede_r Content Creator_in sich Gedanken zur eigenen Zielsetzung und Motivation macht und individuell Regeln festlegt, wie viel Zeit er_sie in die Content-Erstellung oder das Reagieren auf Kommentare investieren möchte. Mehmet Koç, Pädagoge, Content Creator und Workshopleiter bei plugether, erklärt, was digitale Gewalt ist, welche Formen sie haben kann, wer davon betroffen ist und welche Möglichkeiten es gibt, darauf zu reagieren und sich zu schützen.

³ Detailliertere Einblicke dazu gibt es in Denkfabrik Schalom Aleikum 2024.

Selbstfürsorge und ein gesunder Umgang mit Inhalten in den sozialen Medien sind essenziell, besonders wenn man selbst als Creator_in im Rampenlicht steht: Das heißt, eigene Grenzen zu kennen und zu setzen, Pausen einzulegen und sich nicht in alle Konflikte hineinziehen zu lassen. Con-

tent Creation ist schließlich ein kreativer Prozess, der Spaß machen kann und soll. Jede_r angehende Content Creator_in sollte sich darüber Gedanken machen, wie er_sie mit ihren (mental) Ressourcen haushalten möchte.

HASS-
KOMMENTARE
GEHÖREN
LEIDER AUCH
DAZU ...





Welche Maßnahmen können Content Creator_innen ergreifen, um sich selbst und andere Nutzer_innen gegen die Reproduktion rassistischer und diskriminierender Narrative im digitalen Raum zu schützen? (Mehmet Koç)

Im digitalen Raum ist jede Form von Content nicht nur Ausdruck, sondern auch Resonanzfläche. Gerade Creator_innen, die marginalisierte Perspektiven vertreten oder gesellschaftspolitische Themen aufgreifen, erleben regelmäßig digitale Gewalt. Diese reicht von Hate Speech und Shitstorms über Doxing (unerwünschte Veröffentlichung der persönlichen Daten von einer anderen Person im Internet) und sexualisierte Angriffe bis hin zu strukturell wirksamer „Unsichtbarmachung“ durch Plattform-Algorithmen.

„Der Begriff digitale Gewalt meint verschiedene Formen von Belästigung, Herabwürdigung, Diskriminierung oder sozialer Isolation im Internet oder mit Hilfe elektronischer Kommunikationsmittel. Die Orte digitaler Gewalt sind vielseitig: Soziale Netzwerke, Messenger Apps, Chat-Räume, Gaming-Plattformen oder das E-Mail-Postfach sind nur einige davon.“
(Definition nach HateAid 2025)

Es ist dabei sinnvoll, regelmäßig zu prüfen, welche persönlichen Daten online auffindbar sind – etwa im Hinblick auf Doxing oder Identitätsdiebstahl. Dazu gehört u. a. das Ausloggen aus alten Accounts, die Vermeidung öffentlich sichtbarer Wohn-

ortdaten und die Nutzung sicherer Passwörter mit Zwei-Faktor-Authentifizierung. Bei schwerwiegenden Vorfällen ist die Beweissicherung essenziell: Screenshots mit Datum, Uhrzeit und Kontext bilden die Grundlage für Meldung oder Anzeige (Graf 2024, 150–151). Allerdings muss nicht jede Reaktion sofort erfolgen. Offline-Zeiten oder das Ausblenden von Kommentaren können helfen, Abstand zu gewinnen – ohne die Sache grundsätzlich aufzugeben. Denn gerade das Wahrnehmen von Belastungsmomenten dient der digitalen Selbstfürsorge.

Abschließend bleibt entscheidend: Reichweite allein ist kein Schutz. Vielmehr brauchen Creator_innen Raum für Selbstbestimmung, solidarische Community-Strukturen und Plattformbedingungen, die Schutz und Sichtbarkeit ermöglichen. Dies sollte auch aktiv von politischen Entscheidungsträger_innen eingefordert werden, die den rechtlichen Rahmen hierfür mitgestalten. Community Management ist somit auch eine politische Praxis – sie entscheidet mit darüber, welche Stimmen sichtbar bleiben und welche verstummen.

Um sich und andere zu schützen, empfiehlt sich ein Bündel an Maßnahmen, das sich an drei Ebenen orientieren kann:

Mögliche Maßnahmen zum Schutz im digitalen Raum

Selbstschutz & Resilienz

- Eigene emotionale Reaktionen reflektieren (Was triggert mich?)
- Pausen einplanen
- Filterfunktionen einsetzen (z. B. für Begriffe oder Kommentarbereiche)
- Bei Bedarf Begrenzung der Sichtbarkeit oder Deaktivierung von Kommentaren
- Bewusste Aufmerksamkeitssteuerung (Wen oder was fördere ich inhaltlich?)
- Rückhalt aufbauen: Personen im Umfeld, die bei Überlastung stützen
- Faceless Content als Schutzform nutzen

Umgang mit Angriffen & Moderation

- Grenzen ziehen: blockieren, löschen, melden
- Klare Haltung: diskriminierende Inhalte benennen
- Meldeplattformen wie HateAid, Juuuport oder das-netz.de einbinden
- Strafrechtlich relevante Inhalte können direkt über Online-Wachen angezeigt werden
- Wertvolle Community-Kommentare sichtbar machen (z. B. anpinnen)

Prävention & Aufklärung

- Aufklärung über Begriffe/Narrative auch in TikToks einbinden
- Faktenchecks einbauen oder auf Factchecking-Portale (z. B. Correctiv, Mimikama) verweisen
- Menschen aktiv ermutigen, Stellung zu beziehen (z. B. durch Kommentarreize)



Mehmet Koç vereint sozialarbeiterische Praxiserfahrung mit wissenschaftlicher Expertise in der Radikalisierungsprävention und Demokratieförderung. Mit Studienabschlüssen in Sozialer Arbeit (B. A.), Islamischen Studien (B. A.) sowie Forschung in der Sozialen Arbeit (M. A.) bringt er eine fundierte, interdisziplinäre Perspektive ein. Er entwickelt und erprobt innovative Ansätze digitaler Präventionsarbeit auf Social Media. Im Jahr 2025 war er als Workshopleiter (Content Creator) bei plughether tätig.

Gemeinsames Tiktoken als Chance – Empfehlungen für Praxisakteur_innen

Digitale Räume sozialer Medien sind für viele, insbesondere junge Menschen ein selbstverständlicher Teil ihrer Lebenswirklichkeit, in der analoge und digitale Erfahrungen ineinandergreifen. Sie dienen längst nicht mehr nur der Unterhaltung, sondern erfüllen zentrale Funktionen: Sie bieten Zugang zu Informationen, ermöglichen Austausch und schaffen Orte, an denen junge Menschen Zugehörigkeit erleben, sich vernetzen und Teil einer Community werden können. Auch Religion und Glaube werden vermehrt in der digitalen Öffentlichkeit diskutiert. Wie Content Creator_innen religionsbezogene Inhalte in den sozialen Medien gestalten, wer ihre Inhalte konsumiert und welche Rolle sie für ihre Community haben, konnte im Rahmen von *plugether* durch die begleitende TikTok-Studie von Anna Neumaier und Ole Rüter aufgezeigt werden. Mit den Content-Creation-Workshops bei *plugether* wurde ein Versuch unternommen, diese Debatten produktiv mitzugestalten, um vielfältige junge religiöse Perspektiven auch zu gesellschaftlichen Fragen in den sozialen Medien sichtbar zu machen. Konkret wurden die Teilnehmenden mit Unterstützung von Content Creator_innen in Content-Creation-Workshops befähigt, Inhalte für TikTok zu konzipieren, Videos zu drehen und zu schneiden. Alle Videos, die in den Workshops entstanden, konnten auf [dem offiziellen TikTok Kanal von plugether](#) veröffentlicht werden, um eine möglichst breite Wirkung zu erzielen und die Stimmen der Teilnehmenden hörbar zu machen. Als Ergebnis entstanden Videos, die nicht nur den Interessen der Teilnehmenden entsprechen, sondern zudem Aufschluss darüber geben können, welche Themen, auch religionsübergreifend, junge Menschen aktuell beschäftigen. Die Teilnehmenden erfuhren im Austausch, wie sich unterschiedliche Lebenswirklichkeiten ausgestalten können, wie Menschen jeweils ihre eigenen Zugänge zu Religiosität formen und religiöse Identität generell sehr individuell ist. Dazu gehört ebenso, dass sich Herausforderungen der verschiedenen Religionsgemeinschaften unterschiedlich ausgestalten können. Außerdem nahmen die Teilnehmenden eine stärkere Sensibilisierung für Rassismus, Ausgrenzung sowie dis-

kriminierendes Verhalten mit und möchten künftig bewusster Perspektiven in den sozialen Medien unterstützen, die sich dagegen positionieren, sei es durch eigene Inhalte, Reaktionen auf problematische Kommentare oder das Sichtbar-Machen marginalisierter Stimmen. Mit dem Modellvorhaben *plugether* konnte verdeutlicht werden, wie eng Polarisierung in sozialen Medien mit algorithmischen Strukturen und Filterblasen verbunden ist, aber nicht zwangsläufig hingenommen werden muss. Vielmehr hat sich Community Management als Möglichkeit erwiesen, digitale Räume aktiv mitzugestalten und dadurch auch die eigenen Communities zu stärken. *Plugether* ließ überdies erkennen, dass die Relevanz von digitalen Räumen keineswegs den Wunsch von Begegnungsräumen im Analogen ersetzt hat.

Wer kann Content-Creation-Workshops durchführen?

Unsere Erfahrung bei *plugether* ergab, dass all jene, die alltäglich mit jungen Menschen zusammenarbeiten, nicht vorbeikommen an sozialen Medien: Schulen, Jugendzentren, (politische) Bildungseinrichtungen, aber auch Religionsgemeinden mit Jugendarbeit und weitere zivilgesellschaftliche Organisationen können Workshops wie *plugether* sinnvoll in ihre Arbeit integrieren, beispielsweise im Rahmen von Projektwochen. *Plugether* fokussierte sich auf interreligiöse Perspektiven und darauf, die Themen und Ideen einer heterogenen Gruppe sichtbar zu machen. Die Empfehlungen und Erfahrungen bei *plugether* können aber auch über den Projektzusammenhang hinaus genutzt werden.

Es ist nicht nur für junge Menschen selbst interessant, ansprechenden Content zu erstellen, der ihre Perspektiven und Werte widerspiegelt, sondern auch für alle anderen Akteur_innen, die junge Menschen mit ihren Angeboten ansprechen und erreichen wollen. Medienbildung sehen wir als eine generationenübergreifende Kompetenz – Workshops können sich an Menschen jeden Alters richten. Die Skills, die in einem solchen Rahmen vermittelt wer-

den, sind anspruchsvoll und nicht selbstverständlich gegeben oder nebenbei gelernt. Deren Erlernung und erfolgreiche Umsetzung erfordert Zeit, Übung und Offenheit. Anschlussmöglichkeiten gibt es beispielsweise auch in der Wissenschaftskommunikation, in der ebenfalls über die sozialen Medien Erkenntnisse, die gesellschaftlich brennende Fragen betreffen, praxisnah und verständlich für Alt und Jung auf den Punkt gebracht werden können.

Content Creation hat sich in den vergangenen Jahren zu einem professionellen Berufsbild entwickelt, das auch für Zwecke im Sinne des Empowerments genutzt werden kann. Davon zeugen nicht nur die hier dargestellten Erfahrungen von Mehmet Koç in seiner Tätigkeit als Content Creator, sondern auch die Motivationen der Teilnehmenden. Viele von ihnen gingen gestärkt aus den Workshops und mit dem Antrieb, ihre Themen sichtbar zu machen.

Doch solche Projektformate können nur dann ins Leben gerufen und durchgeführt werden, wenn ihre Relevanz erkannt wird und eine entsprechende Förderung gegeben ist: „Digitale Bildungsarbeit braucht mehr als Idealismus – sie braucht

strukturelle Unterstützung und politischen Willen [...]“ (Mehmet Koç). Der organisatorische, finanzielle und inhaltliche Aufwand bei der Konzeption, Planung und Durchführung von Content-Creation-Workshops ist nicht zu unterschätzen. Der Prozess involviert zahlreiche Beteiligte wie etwa die Projektverantwortlichen, die workshopleitenden Content Creator_innen, die Teilnehmenden, möglicherweise Expert_innen für Faktenchecks und je nach Kontext weitere. Daher appellieren wir nicht nur an individuelles Engagement und Motivation von Einzelnen, sondern auch an Stiftungen und weitere Geldgeber_innen, für diesen gesamtgesellschaftlich bedeutsamen Bereich finanzielle Ressourcen zur Verfügung zu stellen.

Praxisakteur_innen, die mit dieser Handreichung Einblicke in die Arbeit der AIWG bei plugether gewinnen konnten, können sich auf der Homepage der AIWG und auf dem TikTok-Kanal @plugether weiter zum Projekt informieren, die entstandenen Videos ansehen und bei organisatorischen und inhaltlichen Fragen, bei denen sich weiterer Gesprächsbedarf abzeichnet, die Geschäftsstelle kontaktieren.

Spirituelle
Erfahrungen
mit einer alevitischen
Gemeinde in der Türkei

... mit Sufis in
Andalusien

Man spricht gar
nicht über GOTT
bei interreligiösen
Treffen. Dabei ist
SPIRITUALITÄT
für mich der Kern...

HIER SIND VIELE THEMEN

LYRIK

HEIMAT

ANTIDISKRIMINIERUNG





Literaturverzeichnis

Ahmad Haschemi, Golschan und Romina Wiegemann. 2022. „Possible Complexities – Complex Possibilities. Antisemitismus- und rassismuskritische Praxis aus empowerment-orientierter Perspektive.“ *Politik unterrichten. Zeitschrift der Deutschen Vereinigung für Politische Bildung e. V.* 37: 56–60. https://www.dvvpb-nds.de/wp-content/uploads/PU_2022_01.pdf.

Akademie für Islam in Wissenschaft und Gesellschaft. 2025. „Religiöse und gesellschaftspolitische Kommunikation und deren Rezeption auf TikTok“. Zugriff: 17. Dezember 2025. https://aiwg.de/religioese_gesellschaftspolitische_kommunikation_rezeption_tiktok/.

Denkfabrik Schalom Aleikum. 2024. „Drei Heavy User im Gespräch über Realität und Utopie sozialer Medien.“ In *[DIS] LIKE – Soziale Medien zwischen Zusammenhalt und Polarisierung*, hrsg. von Zentralrat der Juden K. d. ö. R., 163–186. Hentrich & Hentrich Verlag.

Farrokhzad, Schahrzad et al. 2023. „Extrem rechte und rassistische Gewalt. Auswirkungen auf das Alltagsleben von Menschen mit Migrationsgeschichte und BPoC in NRW – Handlungs- und Bewältigungsmuster – institutionelle Antworten“. Bonn International Centre for Conflict Studies. Zugriff: 10. Dezember 2024. https://www.bicc.de/Publikationen//CoRE-NRW%20FP%206%20Extrem%20rechte%20und%20rassistische%20Gewalt_aktualisiertJuli2024.pdf.

Graf, Antonia. 2024. „10 Tipps im Umgang mit Hate Speech.“ In *[DIS]LIKE – Soziale Medien zwischen Zusammenhalt und Polarisierung*, hrsg. von Zentralrat der Juden K. d. ö. R., 150–151. Hentrich & Hentrich Verlag.

HateAid. 2025. „Digitale Gewalt – Ein Überblick.“ Zugriff: 03. Dezember 2025. <https://hateaid.org/digitale-gewalt/>.

Stalder, Felix. 2016. *Kultur der Digitalität*. Suhrkamp.



Autorinnen

Projektteam „Jugend, Religion und Gesellschaft: Religion und Vielfalt als Ressourcen für gesellschaftlichen Zusammenhalt – Füreinander da sein, miteinander gestalten“ (kurz: plugether).

Sabine Ahmadzai war wissenschaftliche Mitarbeiterin im Projekt. Sie war unter anderem für die Konzeption und Umsetzung von Veranstaltungen, die Öffentlichkeitsarbeit, die Koordination der Begleitstudie und Evaluationsarbeiten zuständig.

Lale Diklitaş begleitete die Umsetzung von Veranstaltungen, koordinierte die TikTok-Studie und betreute den Publikationsprozess von Arbeiten, die im Projekt entstanden.

Catharina Iyer hatte die Projektleitung inne.



Impressum

Herausgeberin

Akademie für Islam in Wissenschaft und Gesellschaft (AIWG)

Goethe-Universität Frankfurt am Main
Varrentrappstr. 40–42
60486 Frankfurt am Main

Tel.: 069-798 22453

kontakt@aiwg.de
www.aiwg.de

Redaktion

Catharina Iyer (AIWG)

Autorinnen

Sabine Ahmadzai (AIWG), Lale Diklitaş (AIWG), Catharina Iyer (AIWG)

Externe Beiträge

Prof. Dr. Christoph Günther (Universität Erfurt), Mehmet Koç (Islamwissenschaftler, Pädagoge und Content Creator), Prof. Dr. Anna Neumaier (Ruhr-Universität Bochum, Centrum für Religionswissenschaftliche Studien), Ole Rüter (Ruhr-Universität Bochum, Centrum für Religionswissenschaftliche Studien), Jun.-Prof. Dr. Constantin Wagner (Johannes Gutenberg-Universität Mainz)

Lektorat

Udo Simon

Grafikdesign und Satz

le-tex publishing services GmbH, Leipzig

Abbildungen

Illustrationen (Cover, S. 6, S. 8, S. 33): Sheree Domingo
Graphic Recording (S. 9, S. 10, S. 11, S. 12, S. 14, S. 17, S. 18, S. 20, S. 24, S. 29): Sheree Domingo
Porträtfoto Raida Chbib (S. 4): Julius Matuschik

Koordination

Stefanie Golla-Dehmamy (AIWG)

Copyright

Akademie für Islam in Wissenschaft und Gesellschaft (AIWG), Frankfurt a. M. Alle Rechte vorbehalten.
2026

Die Texte dieser Publikation stehen, soweit nicht anders gekennzeichnet, unter einer Creative Commons Namensnennung CC BY-NC-SA 4.0 Lizenz. Das bedeutet, dass sie nicht-kommerziell vervielfältigt, verbreitet und bearbeitet werden dürfen, sofern dabei stets die Urheber, die Quelle des Textes und die o.g. Lizenz genannt wird, deren genaue Formulierung Sie nachlesen sollten unter: <https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/>
Fotografien sind von dieser Lizenz ausgenommen.

ISSN (Online): 2748-3665

DOI <https://doi.org/10.21248/gups.aiwg.pra.2026.1>

AIWG Praxisperspektiven

Mit ihrer Publikationsreihe AIWG-Praxisperspektiven präsentiert die AIWG Beiträge und Gedanken aus der Praxis zu Fragen des Islams in der Gesellschaft. Sie entstehen im Rahmen ihrer Transferformate, z. B. in Praxisprojekten ihrer Fellows oder in den Roundtables, zumeist im Austausch mit Wissenschaftler_innen. Mit ihren Praxisperspektiven liefert die AIWG Anregungen für die wissenschaftliche Erforschung verschiedener islamtheologisch relevanter Fragen, zugleich richtet sich die Publikation an eine breite Öffentlichkeit.



Die Akademie für Islam in Wissenschaft und Gesellschaft (AIWG) ist eine universitäre Plattform für Forschung und Transfer in islamischtheologischen Fach und Gesellschaftsfragen. Sie ermöglicht überregionale Kooperationen und Austausch zwischen Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftlern der islamischtheologischen Studien und benachbarter Fächer sowie Akteurinnen und Akteuren aus der muslimischen Zivilgesellschaft und weiteren gesellschaftlichen Bereichen. Die AIWG wird gefördert vom Bundesministerium für Forschung, Technologie und Raumfahrt (BMFTR).

Gefördert durch



Die Beauftragte der Bundesregierung
für Migration, Flüchtlinge und Integration
Die Beauftragte der Bundesregierung für Antirassismus

GOETHE 
UNIVERSITÄT
FRANKFURT AM MAIN