Die Besserhasser

Trotz gut geölter Propaganda-Maschinerie gelingt es dem „Islamischen Staat“ nicht, in Afghanistan Fuß zu fassen. Auch weil er sich offen gegen die Traditionen des Landes stellt.

Der Propaganda-Apparat des „Islamischen Staates“ (IS) ist eines seiner mächtigsten Werkzeuge. Der IS hat eine fein abgestimmte Nachrichtenmaschinerie entwickelt, die schnell und unablässig qualitativ hochwertige Inhalte produziert. Die Gruppe streut zudem sehr geschickt schlagkräftige Geschichten für verschiedene Zielgruppen, zum Beispiel potenzielle ausländische Kämpfer oder gleichgesinnte dschihadistische Organisationen. In einer Zeit, in der sich der IS territorial über Syrien und den Irak hinaus ausdehnen will, ist dieser Propagandaapparat besonders wichtig. Noch ehe er in den Zielländern tatsächlich Fuß fasst, macht er die örtliche Bevölkerung mit der „Marke“ Islamischer Staat bekannt.

So ist es nicht überraschend, dass der IS in Afghanistan, wo er ein Netzwerk aufzubauen gedenkt, eine mehrgleisige Nachrichtenkampagne auf den Weg gebracht hat. Mit dieser Kampagne verfolgt er drei Ziele:

Erstens versucht er, die Taliban zu diskreditieren, den wichtigsten dschihadistischen Rivalen vor Ort und das größte Hindernis für eine Ausdehnung des IS nach Afghanistan. Zwar sind die Taliban im Lande viel stärker aufgestellt als der IS, doch dieser setzt alles daran, ihre Macht mit Propagandamitteln zu schwächen.

Um Taliban-Kämpfer für sich zu gewinnen, hat der IS eine regelrechte Diffamierungskampagne gegen die Taliban ins Rollen gebracht.

Um Taliban-Kämpfer für sich zu gewinnen, hat der IS eine regelrechte Diffamierungskampagne gegen die Taliban ins Rollen gebracht. Dass die Taliban den Tod Mullah Omars lange vertuscht haben, führt der IS als Beweis dafür an, dass sie nicht geeignet seien, die dschihadistische Bewegung in Afghanistan zu vertreten. Der IS wirft den Taliban darüber hinaus ihre nationalistische Ausrichtung vor und

beschuldigt sie, eine Marionette des pakistanischen Geheimdienstes zu sein – Anschuldigungen, die ebenfalls die dschihadistische Autorität der Taliban infrage stellen. Auch erklärt der IS, die Taliban hätten die Prinzipien des Dschihad aufgegeben, als sie Beziehungen mit Staaten wie Katar und dem Iran aufnahmen. Und schließlich behauptet der IS, die Taliban wichen mit Praktiken wie etwa dem „Umschreiten von Gräbern und dem Tragen von Amuletten“, die der strengen Interpretation der Scharia durch den IS widersprechen, vom religiösen Konzept des Dschihad ab.

Mit der Kampagne in Afghanistan will der IS zweitens der Eindruck stärken, dass er dort die kommende Macht sei, während er gleichzeitig Gerüchte streut, denen zufolge die Taliban als Gruppierung schwach und im Zerfall begriffen seien. Der IS produziert eine endlose Medienflut, die seine militärischen Siege gegen die Taliban oder afghanische Sicherheitskräfte ebenso zur Schau stellt wie seine Brutalität gegenüber Feinden. Brutalität ist ein wichtiger Punkt, denn sie zwingt die verängstigten Gemeinden vor Ort zur Unterwerfung und stützt das Bild von der Allmacht des IS. Die Nachrichtenstrategie soll das kämpfende Fußvolk der Taliban davon überzeugen, dass der IS die überlegene Kampftruppe sei und sie besser zum ihm überliefen, als durch ihren Widerstand seine Wut und Grausamkeit auf sich zu ziehen.

Brutalität ist ein wichtiger Punkt, denn sie zwingt die verängstigten Gemeinden vor Ort zur Unterwerfung und stützt das Bild von der Allmacht des IS.

Dieser Ansatz folgt der „Nachrichtenstrategie des Siegers“, mit deren Hilfe der IS rund um den Erdball Gegner einschüchtert und mögliche Verbündete für sich gewinnt. In jedem Land, in dem der IS aktiv ist, prahlt die Gruppe mit ihren militärischen Erfolgen, bauscht ihre Macht auf und vertuscht ihre Niederlagen. Mit dieser Methode will der IS noch unentschlossene Dschihadisten für sich gewinnen (militante Mitglieder rivalisierender Dschihadistengruppen also, die erwägen, sich dem IS anzuschließen), ausländische Kämpfer anwerben und Feinde auf dem Schlachtfeld einschüchtern. In Afghanistan, wo die Taliban als militante Gruppe den Ton angeben und der IS noch im Entstehen begriffen ist, soll das Nachrichtensystem des Siegers dem IS Zulauf

verschaffen, damit er seine militärische Macht und sein Leistungsvermögen ausbauen kann.

Drittens macht sich der IS die Verschleierung des Todes von Mullah Omar durch die Taliban zunutze, um al-Qaida auf der globalen Bühne zu diskreditieren. Der IS konkurriert mit al-Qaida weltweit um Rekruten, Ressourcen und Einfluss und lässt keine Gelegenheit aus, ihre Autorität und Legitimität zu untergraben. Das Debakel um Mullah Omar hat dem IS seinen bislang größten Propaganda-Coup beschert. Al-Qaida schwor Mullah Omar schon vor dem 11. September 2001 die Treue und ehrte nach der Gründung des IS-Kalifats Mullah Omar als Amir al-Mu'minin (Führer der Gläubigen), ein Titel, den der IS-Führer Abu Bakr al-Baghdadi für sich beansprucht. Doch als herauskam, dass die Taliban Mullah Omars Tod zwei Jahre lang verschleiert hatten, schwächte das al-Qaida und versorgte den IS mit einem ständigen Nachschub an Munition für seine Propaganda-Maschinerie. Mal beschuldigt der IS al-Qaida, an der Vertuschung von Mullah Omars Tod mitgewirkt zu haben, mal, unwissentlich jahrelang einem Toten gefolgt zu sein.

Die Kritik des IS an den religiösen und kulturellen Sitten und Gebräuchen Afghanistans zieht militante Taliban nicht an, sondern schreckt sie eher ab.

Das Problem des IS, in Afghanistan Fuß zu fassen, hat er sich teilweise selbst zuzuschreiben. In seiner Propaganda verdammt er sowohl den Deobandi-Islam, die Denkschule, der die meisten militanten Taliban folgen, als auch den Pashtunwali, den afghanischen Ehrenkodex der paschtunischen Stammesgesellschaft, aus der die Mehrheit der Taliban stammt. Die Kritik des IS an den religiösen und kulturellen Sitten und Gebräuchen Afghanistans zieht militante Taliban nicht an, sondern schreckt sie eher ab. Genauso wichtig ist, dass die Taliban IS-Splittergruppen aggressiv angegriffen, in einem Fall sogar getötet haben, was noch unschlüssige Militante möglicherweise davon abhält, sich dem IS anzuschließen und damit den Zorn der Taliban auf sich zu ziehen.

Der IS besitzt zwar den deutlich eindrucksvolleren Propaganda-Apparat als die Taliban, doch können die Taliban dank ihres Einflusses in der militanten Bewegung Afghanistans jegliche Rekrutierungsversuche des IS abwehren.



Nathaniel Barr
Washington, D.C.

Nathaniel Barr ist Analyst bei der Beratungsfirma 'Valens Global' mit dem Forschungsschwerpunkt nichtstaatliche Akteure in Nordafrika, der Sahelzone und am Horn von Afrika. Zuvor war er als wissenschaftlicher Mitarbeiter beim 'Western Jihadism Project' tätig. Der graduierte Politikwissenschaftler veröffentlicht in Foreign Affairs, Foreign Policy sowie in Militant Leadership Monitor.



Bridget Moreng
Washington, D.C.

Bridget Moreng ist Analystin bei der Beratungsfirma 'Valens Global' und beschäftigt sich schwerpunktmäßig mit dem „Islamischen Staat". Zudem hat sie an zahlreichen Publikationen mitgearbeitet, u.a. zu den Themen Dschihadismus in Tunesien sowie Propagandastrategien des „Islamischen Staates". Sie veröffentlichte in Foreign Affairs, Politico und in Combating Terrorism Center's (CTC) Sentinel. Moreng hat an der University of Colorado Boulder Psychologie und Internationale Beziehungen studiert.

1 LESERBRIEFE

Johan schrieb am 16.02.2016

Interessanter Einblick in das Thema. Woran man mal wieder lernt, dass man nicht alle Islamisten in einen Topf schmeißen soll.
