

**Wissenschaftliche Beiträge aus dem Tectum Verlag**  
Reihe: Politikwissenschaften

**Band 71**

Philip Weissermel

# **Terrorismus als Kommunikationsstrategie**

Ein Vergleich der Roten Armee Fraktion und des Islamischen Staates

Wissenschaftliche Beiträge  
aus dem Tectum Verlag

Reihe: Politikwissenschaften



Wissenschaftliche Beiträge  
aus dem Tectum Verlag

Reihe: Politikwissenschaften  
Band 71

Philip Weissermel

# **Terrorismus als Kommunikationsstrategie**

Ein Vergleich der Roten Armee Fraktion  
und des Islamischen Staates

**Tectum Verlag**

Philip Weissermel  
Terrorismus als Kommunikationsstrategie.  
Ein Vergleich der Roten Armee Fraktion und des Islamischen Staates

Wissenschaftliche Beiträge aus dem Tectum Verlag  
Reihe: Politikwissenschaften; Bd. 71

© Tectum Verlag – ein Verlag in der Nomos Verlagsgesellschaft,  
Baden-Baden 2017

ISBN: 978-3-8288-6666-9

(Dieser Titel ist zugleich als gedrucktes Buch unter  
der ISBN 978-3-8288-3916-8 im Tectum Verlag erschienen.)

Umschlagabbildung: shutterstock.com © arda savasciogullari

Satz, Layout, Umschlaggestaltung: Mareike Gill | Tectum Verlag

Alle Rechte vorbehalten

Besuchen Sie uns im Internet  
[www.tectum-verlag.de](http://www.tectum-verlag.de)

Bibliografische Informationen der Deutschen Nationalbibliothek  
Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der  
Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Angaben  
sind im Internet über <http://dnb.ddb.de> abrufbar.

## Danksagung

Mein besonderer Dank gilt meiner Familie, insbesondere meinen Eltern und meiner Oma, die mir mein Studium ermöglicht und mich in all meinen Entscheidungen unterstützt haben.

Herzlich bedanken möchte ich mich auch bei meinen Freunden, welche mich immer wieder ermutigt und mit vielen nützlichen Anregungen einen wesentlichen Teil zu diesem Buch beigetragen haben.



## Abkürzungsverzeichnis

BRD	Bundesrepublik Deutschland
BKA	Bundeskriminalamt
BND	Bundesnachrichtendienst
DDR	Deutsche Demokratische Republik
ETA	Euskadi ta Askatasuna (Freiheit für die baskische Heimat)
IRA	Irish Republican Army (Irisch-Republikanische Armee)
IS	Daesh (Islamischer Staat)
PKK	Partiya Karkerên Kurdistanê (Kurdische Arbeiterpartei)
PLO	Palestine Liberation Organization (Palästinensische Befreiungsorganisation)
RAF	Rote Armee Fraktion (Baader-Meinhof-Gruppe)
RB	Rote Brigaden (Italien)
USA	United States of America





# Inhalt

<b>1</b>	<b>Einleitung</b> .....	11
<b>2</b>	<b>Methodischer Analyserahmen</b> .....	17
<b>3</b>	<b>Terrorismus – Versuche, ein dynamisches Phänomen zu definieren</b> .....	21
3.1	Begriffsabgrenzung: Terrorist/Freiheitskämpfer/ Terror/Guerilla/Neue Kriege .....	24
3.2	Theorien .....	28
3.2.1	Nationaler Terrorismus .....	28
3.2.2	Internationaler Terrorismus .....	29
3.2.3	Transnationaler Terrorismus .....	29
3.2.4	Sonderform „Cyberterrorismus“ .....	29
3.3	Erscheinungsformen des Terrorismus .....	30
3.3.1	Sozialrevolutionärer Terrorismus .....	31
3.3.2	Religiöser/fundamentalistischer Terrorismus .....	32
<b>4</b>	<b>Terrorismus als Kommunikationsstrategie</b> .....	35
4.1	Terrorismus als Kalkül .....	39
4.2	Botschaften .....	44
4.3	Rezipient und Wirkung .....	47
<b>5</b>	<b>Terrorismus in den Medien</b> .....	51
5.1	Veränderungen der Berichterstattung .....	56
5.2	Stellenwerte neuer Mediennutzung .....	58
<b>6</b>	<b>Rote Armee Fraktion</b> .....	61
6.1	Geschichte der RAF .....	62
6.1.1	Erste Generation .....	64
6.1.2	Zweite Generation .....	65
6.1.3	Dritte Generation .....	65

6.2	Ziele der RAF	66
6.3	Kommunikationsstrategien der RAF	68
6.4	Wahrnehmung der RAF durch die Medien	77
6.5	Propaganda und Rekrutierung der RAF	80
<b>7</b>	<b>Islamischer Staat</b>	<b>85</b>
7.1	Geschichte des IS	86
7.2	Kommunikationsstrategien des IS	88
7.3	Mediennutzung durch den IS	98
7.4	Propaganda und Rekrutierung des IS	101
<b>8</b>	<b>Vergleich der Kommunikationsstrategien</b>	<b>105</b>
<b>9</b>	<b>Schlussbetrachtung</b>	<b>117</b>
	<b>Quellen</b>	<b>121</b>

# 1 Einleitung

Längst ist *Terrorismus* ein Modewort geworden, zugleich aber auch ein Kampfbegriff. Die Aufmerksamkeit gegenüber dem Phänomen des Terrorismus hat sich durch die Anschläge vom 11. September 2001 in den USA zwar verstärkt, aber nicht erweitert, sondern eher auf eine bestimmte Spielart und das damit verbundene Bedrohungspotential beschränkt. Unmittelbar nach dem Ereignis sicherten nahezu alle Staaten der US-Regierung ihre Unterstützung im *war against terrorism* zu. In der Welle der Solidaritätsbekundungen ging jedoch unter, dass keine Einigkeit darüber herrschte, was unter dem Begriff genau zu verstehen sei. Schon in den USA gab es verschiedene Sichtweisen: So erkannte ein Bericht des Außenministeriums an, dass es momentan keine weltweit akzeptierte Definition des Terrorismusbegriffs gebe (vgl. Elter, 2008 12). Nahezu jeder Staat, jede Organisation und viele Wissenschaftler<sup>1</sup> haben ein je eigenes Verständnis von Terrorismus.

Sowohl in den Medien, als auch in den politischen Debatten zeigt sich immer wieder, dass Terroristen als „Wahnsinnige“, von blindem Hass zerfressen und rationalen Argumenten nicht zugänglich beschrieben werden (vgl. Peters, 2015,2). Diese Perspektive übersieht jedoch, dass Terrorismus eine zielgerichtete Strategie ist, die rational gut zu beschreiben und inhaltlich nachvollziehbar ist – genauer gesagt, eine Kommunikationsstrategie, die ebenso wie Werbung versucht, bestimmte Zielgruppen durch ihre Botschaften zu Verhaltensänderungen zu bewegen.

Zum Verständnis der terroristischen Vorgehensweise soll die vorliegende Arbeit insofern beitragen, als sie Terrorismus als eine Kommunikationsstrategie begreift. Denn terroristische Taten werden nicht ohne Grund begangen. Terroristen wollen durch ihre Taten Botschaf-

---

<sup>1</sup> Aus Gründen der besseren Lesbarkeit wird in dieser Arbeit die Sprachform des generischen Maskulinums angewendet. Es wird an dieser Stelle darauf hingewiesen, dass die ausschließliche Verwendung der männlichen Form geschlechtsunabhängig verstanden werden soll.

ten übermitteln, sie wollen aufrütteln und ebenso auch einschüchtern. Festzustellen ist dabei, dass *Terrorismus die Öffentlichkeit sucht. Kommunikation ist daher unerlässlicher Bestandteil jeder terroristischen Gewalttat*: „Der Terrorist bewirkt für sich allein nichts, die Publizität hingegen alles“ (Beyer, 2008, 6).

Ausgehend von dieser Annahme ergibt sich folgende Forschungsfrage:

*Können die Kommunikationsstrategien terroristischer Organisationen unabhängig von der Ideologie betrachtet werden? Oder anders ausgedrückt: Kann Terrorismus unabhängig von der Ideologie, Zeit und räumlichen Ausprägung als reine Kommunikationsstrategie begriffen werden?*

Betrachten wir terroristische Gewalttaten als Kommunikation nach außen, unter der Annahme, dass Botschaften an den Staat, die Gesellschaft sowie an Sympathisanten gesendet werden, so stellt sich die Frage, wie sich diese Kommunikation unabhängig von Ideologie, Zeit, Größe und räumlicher Ausprägung der Gruppe äußert.

Daraus ergeben sich einige Folgefragen: Wie agieren Terroristen auf der Bühne der Öffentlichkeit? Welche Kommunikationsstrategien verfolgen sie? Wie haben sich diese Strategien im Lauf der Zeit verändert? Haben sie sich lediglich weiterentwickelt, oder gibt es Innovationen? Ab wann muss von einer terroristischen Kommunikationsstrategie gesprochen werden?

Es sei jedoch angemerkt, dass die jeweilige Ideologie einer terroristischen Organisation bei der Identifikation, Rechtfertigung von Gewaltakten sowie dem Transportieren inhaltlicher Botschaften zwar einen großen Stellenwert einnimmt. Übergeordnete Kommunikationsbotschaften sind andererseits jedoch unabhängig von der jeweiligen Ideologie die Verbreitung von Angst, die Provokation des Feindes und die Erzeugung und Rekrutierung von Sympathisanten. Diese Arbeit soll vor allem aufzeigen, dass Terrorismus nicht als willkürliche Handlung gedeutet werden sollte, sondern vielmehr als eine bewusste und indizierte Art der Kommunikation. Adressaten sind dabei sowohl Staat, Gesellschaft als auch mögliche Sympathisanten. Die Arbeit soll