„Die beherrschen das perfekt“

Interview Der ehemalige FBI-Agent Ali Soufan über die Rolle der sozialen Netzwerke bei IS

Soufan, 43, Amerikaner mit libanesischen Wurzeln, war nach den Anschlägen vom 11. September 2001 einer der wenigen FBI-Agenten, die fließend Arabisch sprechen und den Koran zitieren konnten. Nicht zuletzt seine Ermittlungen führten später zur Festnahme von Khalid Sheikh Mohammed, dem Architekten der 9/11-Anschläge. Soufan lehnt Verhörmethoden wie Waterboarding ab, 2005 verließ er das FBI und gründete eine eigene Beratungsfirma. Vor Kurzem hat seine Firma einen Bericht zu Organisation und Strategien des „Islamischen Staates“ (IS) vorgelegt.

SPIEGEL: Sie haben die Medienstrategie des IS untersucht, zahlreiche Dokumente, Videos, Facebook- und Twittermeldungen ausgewertet. Was unterscheidet diese Organisation von anderen Terrorgruppen?

Soufan: Die IS-Leute kennen sich einfach verdammt gut aus mit sozialen Medien. Sie wissen, wie es funktioniert, wie sie vorgehen müssen, um die iPhone-Generation weltweit zu erreichen, sie beherrschen das perfekt. Und sie machen es sehr gezielt: In den Golfstaaten zum Beispiel kommunizieren sie über Twitter, in Syrien benutzen sie eher Facebook. IS ist die erste Gruppe dieser Art, die verstanden hat, was sie über soziale Medien erreichen kann.

SPIEGEL: Wie ist die Propagandaabteilung von IS organisiert? Wie viele Leute sind daran beteiligt?

Soufan: Na ja, wir wissen, dass für IS ganze Armeen von Bloggern und Schreibern arbeiten. Unseren Recherchen zufolge sitzen die meisten von ihnen in den Golfstaaten und in Nordafrika. Initiiert hat all das Abu Amr al-Shami, ein in Saudi-Arabien geborener Syrer. Außerdem wissen wir, dass schon mal 12 000 Twitter-Accounts mit IS verbunden sind. Genau das ist eine der Besonderheiten dieser Gruppe: die Dezentralisierung ihrer Propagandaarbeit. Der „Islamische Staat“ hat die Kontrolle über die Verbreitung seiner Botschaft aus der Hand gegeben, ohne die Kontrolle über deren Inhalte zu verlieren. Das ist neu.

SPIEGEL: Wie muss man sich das vorstellen?

Soufan: Sie benutzen unter anderem das Prinzip der sogenannten Twitter-Bombe. Sie setzen auf populäre Hashtags, die zu dem Zeitpunkt von vielen genutzt werden, zur Zeit der Fußballweltmeisterschaft zum Beispiel auf den Worldcup2014-Hashtag. So verbreiten sie dann ihre Nachricht, und jeder, der den Worldcup-Hashtag beobachtet, bekommt Post von IS, auch wenn IS ihn gar nicht interessiert.

SPIEGEL: Und sie finden dann Rekruten unter Fußballfans?

Soufan: Zunächst einmal erreichen sie so Millionen von Menschen auf der ganzen Welt. Ihre Botschaft richtet sich dabei nicht an alle, es reicht ihnen, wenn ein bis zwei Prozent der Adressaten auf ihre Nachricht reagieren. Im Juni dieses Jahres hatte IS 12 000 ausländische Kämpfer, mittlerweile sind es 16 000, darunter Rekruten aus China, Indonesien und natürlich Europa. Sie verschicken diese Botschaften in allen möglichen Sprachen, sogar auf Holländisch.

SPIEGEL: Können Maßnahmen wie die Sperrung von Twitter-Accounts dagegen etwas ausrichten?

Soufan: Wie sollte das gehen? Wenn Twitter einen Account schließt, dann schaffen sie eben einen neuen. Wie soll man ein dezentralisiertes Netzwerk von Tausenden Anhängern kontrollieren? Außerdem dauert es zwei Tage, bis IS-Botschaften und -Videos im Netz als solche identifiziert werden. Da ist die Nachricht schon draußen. Bei dem Video von der Enthauptung des amerikanischen Journalisten Steven Sotloff war das so. IS benutzt zudem auch weniger bekannte soziale Netzwerke wie Quitter oder Diaspora, oder sie verbreiten ihre Inhalte, auch Filme, auf Websites wie justpaste.it, die von Polen aus betrieben wird.

SPIEGEL: Die Verbreitung ist eine Seite, aber warum kommt die Botschaft des IS bei jungen Leuten so gut an?

Soufan: Die heutigen IS-Anhänger waren Kinder, als 9/11 passierte. Wir haben es mit einer neuen Generation zu tun, die einen ganz anderen Blick auf den globalen Dschihad hat und für die al-Qaida wahrscheinlich nur eine Ansammlung alter Männer ist. Osama Bin Ladens Nachfolger Ayman al-Zawahiri ist ein Mann ohne Charisma. Bei IS aber sind die coolen Jungs mit den Kapuzenshirts. Und dennoch: Gerade Osama Bin Laden ist immer noch für viele ein Held, sein Foto findet sich auf zahlreichen Websites von IS-Anhängern. Die Ideologie ist ähnlich, die Strategie ist eine andere.

SPIEGEL: Lässt sich der Erfolg von IS noch stoppen?

Soufan: Unser Problem ist, dass wir nach 9/11 zwar Anschlagspläne von al-Qaida aufgedeckt und verhindert, ihre Anführer festgenommen, Osama Bin Laden getötet, in Sicherheitsmaßnahmen investiert haben. Aber es gab keine Strategie, die Ideologie, die Ideen dieser Bewegung zu bekämpfen. 2001 hatte Osama Bin Laden ungefähr 400 aktive Kämpfer, IS hat heute mehrere Tausend Kämpfer und Anhänger in zahlreichen Ländern der Welt. Das ist die Folge eines schweren Versagens.

Interview: Britta Sandberg

IS-Twitter-Account
„Wir wissen, dass für IS ganze Armeen von Bloggern und Schreibern arbeiten“

FOTOS: MILOS DJURIC/DER SPIEGEL (L.); PETER LÜDERS / DER SPIEGEL (O.)