

# Die Halal-Entertainment-Falle

Wie das Erlaubte unsere Jugend betäubt



# Einleitung

*Panem et circenses.* Brot und Spiele. Mit diesen knappen Worten beschrieb der römische Dichter Juvenal bereits vor zweitausend Jahren ein zeitloses Prinzip: Eine Gesellschaft, die gesättigt und unterhalten wird, stellt keine Fragen. Sie fordert keine Veränderung, sie bleibt teilnahmslos, sie denkt - im wahrsten Sinne des Wortes - nicht weiter als über den eigenen Tellerrand hinaus. Solange das Spektakel nur weiterging, blieb das System stabil, ob auf der Tribüne oder im Staub der Arena.

Heute allerdings braucht es gar keine Arenen mehr. Unsere „Spiele“ laufen inzwischen auf Bildschirmen, das Brot liefern Algorithmen: personalisiert, jederzeit abrufbereit, in Dauerschleife verfügbar. Was einst als bewusste Herrschaftsstrategie diente, hat sich im 21. Jahrhundert längst zu einem kulturellen Selbstläufer entwickelt, einem Kreislauf, den wir mittlerweile von ganz alleine bedienen.

Dabei geht es schon lange nicht mehr nur um Zeitvertreib. Unterhaltung in der Moderne ist zum sozialen Klebstoff geworden, zur neuen Grundlage, auf der wir Beziehungen eingehen, Zugehörigkeit empfinden und uns sozial verorten. Was früher gemeinsame Überzeugungen, Visionen oder Lebensaufgaben waren, ist heute oft nur noch ein gemeinsamer Netflix-Favorit, ein geteiltes „Fandom“ oder dieselbe Kindheitserinnerung an Harry Potter.

Doch wenn Unterhaltung zur Eintrittskarte für Gemeinschaft wird, dann verändert das auch, wie wir uns selbst begreifen. Wir definieren uns zunehmend darüber, was wir schauen, hören und teilen - kurzum: was wir konsumieren - und weniger darüber, wofür wir eigentlich stehen. Und je tiefer sich diese neue Logik in unserem Alltag etabliert, desto weniger nehmen wir sie überhaupt noch wahr. So wird Ablenkung zur Gewohnheit, Konsum zur Normalität, bis wir uns schließlich - in den Worten des Medienwissenschaftlers Neil Postman - „zu Tode amüsieren“.<sup>1</sup>

Diese Entwicklung ging an niemandem vorbei, auch nicht an uns als muslimische Community. Viele sahen die Notwendigkeit, dieser neuen Dynamik mit Alternativen entgegenzuwirken, die nicht nur unproblematisch sind, sondern vielleicht sogar zur religiösen Bildung beitragen könnten. Damit verband sich die Hoffnung, auf

diesem Wege das Unterhaltsame mit dem Erzieherischen verbinden zu können. Besonders im letzten Jahrzehnt formierte sich daraus eine neue Subkultur: „Halal-Entertainment“. Das bedeutete: Nasheeds anstelle von Musik, Sahaba-Filme statt Marvel-Helden, muslimische Sketches statt regulärem Stand-Up – aber auch islamische Lifestyle-Vlogs, Food-Tours und Shopping-Hauls.

Vieles davon ist äußerst kreativ und sicherlich mit guter Absicht produziert, insha'Allah. Doch so ehrenwert die Bemühungen auch sind, unseren Kindern und Jugendlichen ein geschütztes Umfeld zu bieten, so werfen Postmans Worte vom „Sich-zu-Tode-Amüsieren“ gerade für uns Muslime eine besonders dringliche Frage auf: Sollte ein Muslim die wenige Zeit, die ihm neben Schule, Uni oder Arbeit bleibt, wirklich damit verbringen, anderen dabei zuzusehen, wie sie den Islam besingen, Schlachten inszenieren, durch Einkaufszentren schlendern, Witze reißen oder durch die halbe Weltgeschichte touren, nur weil es „halal“ ist?

Diese Frage mag überspitzt klingen, doch sie macht auf unbequeme Weise deutlich, was leicht aus dem Blick gerät: All diese Aktivitäten wirken völlig „normal“, ja sogar bereichernd und sinnvoll. Doch wenn man sie wirklich beim Namen nennt, wird einem wieder bewusst, dass ihr Kern trotz aller guten Absichten und aufwendiger Inszenierung immer noch derselbe bleibt: Unterhaltung. Das gilt selbst dann, wenn man ohne anstößige Inhalte auf „Muslim TikTok“ scrollt und sich mit lustigen Prediger-Ausschnitten, viralen Quran-Challenges oder Reaction-Videos auf diverse „islamische“ Inhalte berieseln lässt.

Wenn das aber unser neuer Maßstab ist, was unterscheidet uns dann eigentlich noch von den römischen Bürgern, die sich mit Unterhaltung zufriedengaben? Während jene damals auf Tribünen saßen und Gladiatorenkämpfen zusahen, starren wir heute auf unsere technischen Geräte und konsumieren religiöse Inhalte. Das Ergebnis? Ein ruhiges Gewissen, aber ein Islamverständnis, das nicht weiter als der eigene Bildschirm reicht – und damit den umfassenden Horizont der prophetischen Rechtleitung weitestgehend verkennt.

Was, wenn dieser Missstand nicht das Ergebnis eines äußeren Angriffs auf die junge muslimische Identität ist, wie wir sonst immer annehmen, sondern etwas, das wir ungewollt selbst hervorbringen? Was, wenn wir aus dem Wunsch heraus, Jugendliche zu schützen, einen Typus Muslim produzieren, der zwar alles konsumiert, was nach Religion aussieht, aber nichts weiter hängen bleibt als ein ästhetischer, performativer Online-Islam? Ein Modell, das Zugehörigkeit und Richtung simuliert, in Wirklichkeit aber nur einzelne „halale“ Elemente zusammensetzt, ohne den zusammenhängenden Weg dahinter zu klären.

Dann genügt es nicht, einfach ein besseres oder moralisch vertretbares Angebot zu schaffen. Stattdessen müssten wir ehrlich prüfen, ob unsere Inhalte wirklich auf den klaren Weg führen, den der Prophet ﷺ uns hinterlassen hat – oder ob sie am Ende des Tages nur schicke Abayas, schöne Zitate und epische Online-Auftritte, kurz: einen Lebensstil aus Konsum, Komfort und Genuss, hervorbringen. Möglicherweise sind wir als Gemeinschaft ja ebenso in die Fußstapfen der römischen Herrscher getreten und bedienen letztlich nur dasselbe alte Prinzip: Brot und Spiele, nur nach neuem Rezept und Drehbuch.

Dieses Whitepaper erhebt weder den Anspruch, das „halal“ in „Halal-Entertainment“ anzufechten, noch möchte es die Absichten einzelner Personen im Unterhaltungssektor hinterfragen. Vielmehr lädt es zu den folgenden Denkanstößen ein:

- Was geschieht, wenn wir beginnen, unsere eigene Religiosität in leicht verdauliche Formate zu zwängen?
- Reicht es aus, junge Muslime mit einem „besseren Angebot“ zu erreichen, oder brauchen wir vielleicht nicht eher eine Erneuerung unserer eigenen Erziehungskultur?
- Sind wir wirklich auf dem richtigen Weg, wenn wir ständig nur auf den kulturellen Sog reagieren, anstatt ihm eine langfristige, eigene Richtung entgegenzusetzen?

Dass das Spiel nun mal läuft, können wir vielleicht nicht ändern. Aber möglicherweise besteht unser Problem als Community auch gar nicht darin, *dass* es läuft – sondern dass wir angefangen haben, das Spiel so umzugestalten, als wäre es schon immer unser eigenes. Wir ändern die Spielregeln, tauschen die Kulisse, verteilen neue Rollen und meinen, damit einen Unterschied zu machen. Doch was, wenn wir am Ende nichts weiter tun, als eine neue Generation von Zuschauern und auch Spielern heranzuziehen, die längst vergessen hat, dass das Spiel nicht echt ist?

## Medien und Muslimsein

Der kanadische Medientheoretiker und Kritiker des Fernsehens Marshall McLuhan prägte in den 60er Jahren einen Satz, der bis heute als Provokation gilt: **„The medium is the message.“** Gemeint war damit eine radikale Umkehr der vorherrschenden Sichtweise: Damals ging die Kommunikationswissenschaft davon aus, dass vor allem der Inhalt einer Botschaft zählt, also *was* gesagt wird. McLuhan dagegen rückte die äußere Form in den Vordergrund: Die Art der Verpackung, so seine These, bestimme maßgeblich, wie die Botschaft wahrgenommen wird. Einfacher ausgedrückt: Nicht **was** gesagt wird, ist entscheidend, sondern *wie*.

Ein Beispiel, das jeder kennt: Bücher wirken anders auf uns als Bildschirme. Wer liest, muss sich Zeit nehmen, mitdenken und in Gedanken Bilder formen. Wer dagegen scrollt, erwartet von vornherein Tempo, Reize und Belohnung. Dasselbe gilt im religiösen Bereich: Ein Vortrag in der Moschee hat einen anderen Effekt auf uns als ein viraler Clip desselben Vortrags. Ein Qur'an-Vers in einem TikTok-Video berührt uns anders als bei der Rezitation im Gebet. Der Inhalt bleibt derselbe, aber das Medium verändert, wie wir ihn wahrnehmen.

Grund dafür ist die Eigenlogik jedes Mediums. Diese bestimmt zunächst, wie Inhalte präsentiert werden – etwa in welcher Länge, in welchem Tempo oder mit welchen Emotionen. Daraus ergeben sich bestimmte Erwartungen: wie lang etwas dauern darf, wie zügig es ablaufen soll und wie sehr es fesseln muss. Diese Erwartungen prägen wiederum unsere Wahrnehmung: Wir empfinden Inhalte als

wertvoll, belanglos oder unterhaltsam, je nachdem, ob sie diese Erwartungen erfüllen. Mit der Zeit verändert das auch unser Denken: Wir übernehmen diese Maßstäbe als selbstverständlich und übertragen sie auf immer mehr Bereiche unseres Lebens. Anders gesagt: Wir entwickeln einen Denkraum, in dem alles danach beurteilt wird, wie anziehend, kurzweilig oder „lohnend“ es auf uns wirkt. Auf diese Weise bleibt das **Medium** nicht länger nur Träger einer Botschaft – sondern wird zu einem **Teil der Botschaft** selbst.

## Wie das Medium\* zur Botschaft wird: Zwei anschauliche Beispiele



### 1) Brief vs. WhatsApp

Ein Brief ist meist lang, sorgfältig verfasst und formal. Wir erwarten, ihn gründlich zu lesen und empfinden ihn als persönlich und bedeutsam. Unser Denken ordnet ihm daher eine hohe Verbindlichkeit zu. Eine WhatsApp-Nachricht dagegen ist kurz, schnell geschrieben und informell, was wir als alltäglich und weniger verbindlich wahrnehmen.

### 2) Kochbuch vs. Kochvideo

Ein Kochbuch bietet ausführliche Schritt-für-Schritt-Anleitungen, die wir genau studieren und als fundiert wahrnehmen. Ein Kochvideo ist dynamisch, kurz und visuell ansprechend, wir erwarten eine schnelle Umsetzung und empfinden es als praktisch und unterhaltsam. So verankert sich in unserem Denken das Buch als Lernquelle und das Video als Schnelllösung.

*\* Es ist wichtig anzumerken, dass die typische Form eines Mediums oft nicht starr ist. So kann eine WhatsApp-Nachricht manchmal sogar länger sein als ein Brief, und ein Video länger als ein Buch. Entscheidend für die Wirkung ist meist die vorherrschende bzw. dominante Form, die unsere Erwartungen und Wahrnehmung prägt.*

In einer Zeit, in der das meiste Wissen über grelle Kurzvideos, emotional aufgeladene Posts und algorithmusgesteuerte Feeds vermittelt wird, fällt das kaum noch auf. Im Gegenteil: Es gilt heute nahezu als selbstverständlich, auch unsere islamischen Inhalte dem Trend des „Edutainments“<sup>2</sup> anzupassen – zugänglich, ansprechend, möglichst unterhaltsam. Besonders Kinder und Jugendliche stehen dabei im Vordergrund: Man möchte ihnen „halale“ Alternativen bieten, die mit der

vorherrschenden und vor allem unterhaltungsbasierten Medienkultur mithalten können und dennoch einen echten Mehrwert liefern.

Daraus ist längst ein eigener Markt entstanden: Nasheed-Kanäle mit Millionenaufrufen, Muslim-Netflix für die ganze Familie, islamische Gaming-Apps und Quiz-Formate – das Angebot wächst stetig, wird professioneller, vielfältiger, ansprechender. Hinzu kommen unzählige muslimische Influencer, die ihren Alltag, ihre Einkäufe, ihre Outfits, Reisen und Gedanken mit der Welt teilen. Muslimische Eltern sind total dankbar für diese Entwicklung – endlich gibt es Alternativen, die ihre Kinder nicht nur vor schädlichen Einflüssen schützen, sondern auch noch für die Religion begeistern. Und die Kinder und Jugendlichen? Sie lieben diese Inhalte, denn zum ersten Mal fühlen sie sich verstanden, eingebunden und erleben ihre Religion nicht mehr als „fremd“ oder „altmodisch“, sondern als etwas, worauf sie stolz sind und das sie sogar „cool“ finden können. Das Spannungsverhältnis zwischen Dazugehören und Muslimsein scheint ein für alle Mal gelöst.

So entwickelt sich eine neue Normalität: Der Islam ist heute präsenter denn je – nicht mehr nur als Zerrbild in den Abendnachrichten, sondern mitten im digitalen Alltag. Islamische Reaction-Videos auf YouTube, *Masha'Allah*-Memes im Insta-Feed und Ramadan-Morgenroutinen auf TikTok reihen sich nahtlos in den Strom populärer Formate ein. Selbst bekannte muslimische Prediger erscheinen inzwischen in viralen Trendvorlagen und islamische Produkte sind jetzt genauso Teil von Selfcare-, Fashion- und Fitness-Angeboten. Für viele junge Muslime ist diese mediale Präsenz ihrer Religion längst fester Bestandteil ihres Lebens, während auch nichtmuslimische Freunde die „islamische Online-Bubble“ fleißig liken, kommentieren und teilen. Religion wird nicht länger ausgeklammert oder versteckt, sondern aktiv mitgelebt: sichtbar, anschlussfähig, inklusiv.

Doch wo die Grenzen fließend sind, verschwimmen auch die Maßstäbe. Wann wird aus Vereinfachung eine Verwässerung? Wann wird aus Anpassung ein Verlust? Und was bleibt von einer Botschaft, wenn ihre Form längst mitbestimmt, was wir zu verstehen glauben?

# Emotion statt Erziehung

## Ein gefährlicher Wandel

Was wie ein offensichtlicher Fortschritt aussieht, entpuppt sich bei genauerem Hinsehen als stiller Wandel – und zwar genau aus dem Grund, den McLuhan mit seinem berühmten Zitat längst erahnte. Seine Erkenntnis, dass das Medium selbst unsere Wahrnehmung formt, trifft heute voll und ganz auf eine muslimische Medienlandschaft, in der wir unsere Religion zunehmend in die Logik säkularer Unterhaltung pressen, in etwas, das lediglich zum Weiterschauen animiert, nicht aber zum Verinnerlichen oder gar Umsetzen.

Junge Muslime erleben ihre Religion heute durchmedialisiert und eingebettet in eine Struktur, die durch schnelle Befriedigung, emotionale Reize und passive Konsumhaltung den Blick für das Wesentliche verstellt. Anstatt systematisch ihren Glauben und alles, was damit einhergeht, zu lernen, werden sie konditioniert: zu Konsumenten religiöser Inhalte, die zwar den Islam „fühlen“, aber keinerlei Vorstellung davon haben, was es heißt, ein Muslim jenseits all dieser flüchtigen Impulse (oder, wie sie es nennen: „Vibes“, „Moods“, „POVs“, „Aesthetics“ usw.) zu sein. Sie lernen zu liken, zu teilen, zu folgen (und sogar zu kaufen), aber nichts über innere Haltung, äußere Verantwortung und richtige Zielsetzung. So entsteht ein Islam, der gut aussieht und sich gut anfühlt, aber nichts kostet – und der im Endeffekt dieselben oberflächlichen Konsumgewohnheiten trainiert wie herkömmliche Unterhaltung, nur eben mit besserem Gewissen.

Neil Postman, dessen Begriff des „Sich-zu-Tode-Amüsierens“ wir bereits in der Einleitung aufgegriffen haben, beschreibt diese Tendenz, Religion von einer ernsthaften Verpflichtung in triviale Unterhaltung zu verwandeln, am Beispiel seiner eigenen Religion: „Ich glaube, ich liege nicht falsch, wenn ich sage, dass das Christentum eine fordernde und ernsthafte Religion ist. Wenn sie jedoch leicht und unterhaltsam serviert wird, entsteht eine ganz andere Art von Religion.“ Und weiter: „Im Fernsehen wird Religion, wie alles andere auch, ganz selbstverständlich und ohne Entschuldigung als Unterhaltung präsentiert. Alles, was sie zu einer tiefen, ehrwürdigen menschlichen Praxis macht, wird dabei entfernt.“

## Der verlorene Maßstab

Doch wir müssen gar nicht erst auf westliche Medienkritik blicken, um nachzuvollziehen, wie weit wir uns von unserem eigenen Anspruch entfernt haben. Der Prophet صلى الله عليه وسلم hinterließ uns einen glasklaren, unverwechselbaren Weg, über den er صلى الله عليه وسلم sagte: „Ich habe euch auf einem klaren Weg zurückgelassen, dessen Tag (an Klarheit) wie seine Nacht ist. Niemand weicht von diesem Weg nach mir ab, ohne zugrunde zu gehen.“ Dieser Weg ist der Weg der Offenbarung: des Qur’an, der sich selbst als *Al-Furqan*, als „Unterscheidung“ bzw. „Kriterium“ zwischen Wahrheit und Falschheit beschreibt, und der Sunnah, die ihn erklärt und durch das Handeln des Propheten صلى الله عليه وسلم zur gelebten Anleitung wird. Diese beiden Quellen sind es, die gemeinsam unseren Maßstab bilden – nicht nur für die Grundpfeiler wie das Gebet und Fasten, sondern für unser gesamtes Leben.

Anstatt diesem klaren Weg zu folgen, fließt ein Großteil unserer Bemühungen heute jedoch in einen ganz anderen Weg – einen, den wir lediglich mit „halalen“ Bausteinen pflastern und dabei ganz vergessen, woher er eigentlich rührt (und wohin er führt!). Wir sehen zu, dass Musik, Essen, Filme, Kleidung oder Bilder islamisch unbedenklich sind, ohne wirklich zu fragen, ob die Essenz all dessen überhaupt mit der umfassenden Rechtleitung des Islam übereinstimmt. Dabei geht es uns keineswegs darum, dem Islam ein asketisches Ideal überzustülpen, das er nicht hat. Doch was verloren geht, ist eben die innere Ausrichtung: Statt den Weg selbst zu hinterfragen, konzentrieren wir uns darauf, ihn einfach mit dem „halal“-Stempel zu versehen – etwa, weil wir innerlich längst resigniert haben oder selbst den Wald vor lauter Bäumen nicht mehr sehen.

Was aber sagt die Offenbarung eigentlich zu diesem scheinbar beruhigenden Maßstab? Was sagt sie über einen Lebensstil, der sich ausschließlich an der technischen Frage orientiert, ob etwas „halal“ ist?

Tatsächlich warnt Allah Seinen Propheten صلى الله عليه وسلم davor, seinen Blick auf das zu richten, womit Er anderen Menschen zeitweilig Genuss gewährt hat: **{Und richte nur nicht deine Augen auf das, was Wir manchen von ihnen paarweise als Nießbrauch gewähren - den Glanz des diesseitigen Lebens -, um sie darin der Versuchung auszusetzen. Die Versorgung deines Herrn ist besser und beständiger.}**<sup>3</sup> Der Prophet صلى الله عليه وسلم sagte zudem: „Wenn ihr mit dem ṭinah-Handel beginnt, euch an die Schwänze der Rinder klammert, mit Landwirtschaft zufrieden

seid und den Dschihād (den Einsatz für Allahs Sache) aufgeben, wird Allah euch erniedrigen – und diese Erniedrigung nicht aufheben, bis ihr zu eurer Religion zurückkehrt.“<sup>4</sup>

Mit anderen Worten: Manche Dinge sind halal – und dennoch eine Prüfung. Und genau darin liegt die Gefahr des berühmt-berüchtigten „halal“-Stempels: Er beruhigt unser Gewissen, ohne zu fragen, ob diese Sache uns auch wirklich dem Ziel näherbringt, für das wir in erster Linie erschaffen wurden. Die Offenbarung dagegen stellt nicht nur die Frage, was erlaubt ist – sie stellt uns vor allem die Frage, **wofür** wir leben. Und damit sind wir bei einem Maßstab, der weit über einzelne Ge- und Verbote hinausgeht und jeden Muslim gleichermaßen betrifft: der prophetischen Mission.

## Glaube mit Auftrag

Unser Prophet Muhammed ﷺ beabsichtigte eine klare Linie für jeden einzelnen seiner Anhänger: die freiwillige, umfassende Hingabe an Allah in allen Lebensbereichen. Das bedeutet: Jeder Muslim ist aktiv darum bemüht, Allahs Wort an oberste Stelle zu setzen – in sich selbst, in seinem direkten Umfeld und idealerweise in der ganzen Gesellschaft. Diese Mission verlangt daher weitaus mehr von uns als nur das bloße Praktizieren von ‘Ibādāt in den eigenen vier Wänden (was ganz „zufälligerweise“ auch stark an die säkulare Weltsicht erinnert). Sie fordert von uns, aktiv Verantwortung zu übernehmen, Opfer zu bringen und bewusst gegen die eigenen Begierden anzukämpfen und alle Formen falscher Götzen und weltlicher Abhängigkeit zu überwinden. Dabei erstreckt sich diese Verpflichtung auf alle Aspekte unseres Lebens und zeigt sich in unserem persönlichen Handeln, gesellschaftlichem Engagement und in den daraus erwachsenden Früchten wie Gerechtigkeit, Freiheit und Einheit der Ummah.

Doch welchen Kurs verfolgen wir heute und wie verstehen wir Religion mittlerweile? Im Gegensatz zur prophetischen Mission, die den Islam als durch und durch verantwortungsethischen Lebensweg (wohlgemerkt LebensWEG!) versteht, wird Religion heute in einer von Hedonismus und Nützlichkeitsdenken geprägten Gesellschaft zunehmend zur „Wohlfühloase“ verklärt. Religion sei vor allem dazu da, unser Wohlbefinden zu steigern und uns emotionalen Halt zu

geben. So wird sie zu nicht mehr als einem „Feel-Good“-Produkt, einem „Lifestyle-Accessoire“, das möglichst „neutral“ bleiben soll (ganz im Sinne des liberalen Säkularismus), und sich aus wichtigen Lebensentscheidungen wie Studium, Karriere oder Lebenszielen herauszuhalten hat.

Wie sehr sich dieses neue Religionsverständnis bereits in unser Denken eingepägt hat, zeigt sich nicht erst in Theorien, sondern in all den Dingen, die wir stillschweigend als „islamisch“ verbuchen. Ein Kleiderschrank voller Hijabs, Khimars und Abayas - am besten noch begehbar und der Inhalt massenproduziert unter fragwürdigen Bedingungen - wird zum Ausdruck von „vorbildlicher Religiosität“, während der Qur'an und die Sunnah uns doch Genügsamkeit, Achtsamkeit und die Haltung eines Reisenden lehren, also ein Lebensstil, der auf Verzicht und Opferbereitschaft gründet, nicht auf Übersättigung, Materialismus und Selbstdarstellung.

Die größte Gefahr für die heutige muslimische Jugend liegt also weniger im offensichtlichen „Haram“ von außen - in den Versuchungen der nichtmuslimischen Welt - und mehr in den unislamischen Maßstäben, die wir als meinungsmachende Stimmen unkritisch von ihr in unsere eigene Community übernommen haben. Es ist nicht das Verbotene, das den Islam unser Kinder und Jugendlichen am meisten bedroht, sondern das Oberflächliche – das, was sie mit schönen, „halalen“ Formaten lockt, aber ihren Glauben jeglicher Tiefe beraubt und sie von der prophetischen Mission ablenkt.

## **Gefangen im Erlaubten**

Ein junger Muslim, der seine Freizeit mit „sauberen“ Videospiele, Filmen oder anderen Medien füllt, mag vielleicht ein ruhiges Gewissen haben, doch dabei verliert er - abgesehen von seiner Zeit - etwas Entscheidendes: den inneren Kompass, der ihn an seinen Lebenssinn und seine Rolle als Teil der Ummah des besten Menschen erinnert, der je gelebt hat صلى الله عليه وسلم.

Dieser Verlust erfolgt schrittweise: Aus dem regelmäßigen Konsum entsteht ein Denken in kurzen Impulsen – und aus dem Impuls oft die Illusion, man tue ja „schon genug“. Schließlich trägt ja alles das beruhigende „halal“-Label. So entwickelt sich allmählich eine Art Komfortzone, in der die Grenzen zwischen dem,

was wirklich förderlich ist, und dem, was nur „nicht verboten“ ist, verschwimmen. Alles, was irgendwie islamisch etikettiert ist, gilt automatisch nicht nur als unbedenklich, sondern auch als sinnvoll.

Doch diese trügerische Selbstzufriedenheit reicht tiefer als individuelle Schwäche. Was wir hier beobachten, steht exemplarisch für eine ganze Generation: eine Generation, die vieles konsumiert, aber wenig verinnerlicht; die zwar „halal lebt“, aber völlig vergessen hat, dass der Prophet صلى الله عليه وسلم ihr eine Aufgabe hinterlassen hat. Statt ihr Leben an dieser Aufgabe zu orientieren, verliert sie sich in Konsum, Genuss und Ablenkung – und verharret so in der niedrigsten Stufe des *Nafs*, das nie satt wird und immer mehr will.

Selbst jene, die diese Haltung durchschauen und als Schwäche erkennen, entgehen diesem Sog nur schwer. Immerhin leben wir in einer Zeit, in der Unterhaltung allgegenwärtig ist und einen nie dagewesenen Stellenwert erreicht hat. Mal ist es eine Serie, die uns trotz aller Bedenken fesselt, mal ein Spiel, das wir eigentlich als Zeitverschwendung erkennen, mal das endlose Scrollen auf Social Media. Kaum jemand kann heute noch sicher bestimmen, was ein „gesundes“ Maß an Unterhaltung und Entspannung überhaupt wäre. Aber können wir uns diese Gleichgültigkeit wirklich leisten?

In einer Zeit, in der die Ummah brennt, in der Menschen hungern, kämpfen und ihre Religion verlieren, kann es nicht genügen, einfach nur stumpf zu konsumieren – auch wenn es „halal“ ist. Wir brauchen Maßstäbe, die größer sind als unser eigenes Wohlbefinden. Maßstäbe, die uns daran erinnern, dass wir für etwas erschaffen wurden, das größer ist als wir selbst. Denn letztlich geht es bei diesem ganzen Thema um weitaus mehr als nur schlechten Medienkonsum – es geht um die grundlegende Verantwortung gegenüber der Ummah, für die wir vor Allah Rechenschaft ablegen müssen.

## Die Jugend als treibende Kraft

Auch wenn diese Verantwortung für jeden Muslim gleichermaßen gilt, legte der Prophet صلى الله عليه وسلم doch besonderen Wert auf die Jugend als tragende Säule für die Zukunft des Islam. Diese besondere Wertschätzung zeigt sich nicht nur in seinem praktischen Vorgehen, sondern auch in den Texten der Offenbarung selbst: Viele kennen vielleicht den Hadith, in dem der Prophet صلى الله عليه وسلم sieben Gruppen nennt, die am Tag des Gerichts im Schatten des Thrones Allahs verweilen werden. An zweiter Stelle, direkt nach dem gerechten Herrscher, nennt er „einen Jugendlichen, der in der Anbetung Allahs aufwuchs“.<sup>5</sup>

Warum gerade die Jugend? Weil diese Lebensphase von starken Impulsen und Ablenkungen geprägt ist – und weil ein junger Mensch, der trotzdem seinen Glauben ernst nimmt, nicht nur sich selbst festigt, sondern auch als starkes Vorbild auf seine Altersgenossen wirkt. Der gerechte Herrscher beeinflusst also durch seine Stellung als Herrscher, der andere durch sein Beispiel als Jugendlicher – beide erhalten denselben Lohn.

Aus der Schule des Propheten صلى الله عليه وسلم gingen schließlich junge Gefährten wie ‘Usama ibn Zayd hervor, den er صلى الله عليه وسلم bereits im Alter von unter zwanzig Jahren zum Anführer einer Expedition ernannte, trotz aller Kritik der Älteren. Oder Ibn Abbas, für den der Prophet صلى الله عليه وسلم höchstpersönlich ein besonderes Du’a<sup>6</sup> sprach, dass Allah ihm Verständnis in der Religion schenken solle und der später in Umars Beratungskreis saß – einem Kreis, der bewusst aus Menschen aller Altersgruppen bestand. Diese jungen Männer verstanden Islam nicht als Konsumgut, sondern als Auftrag.

Die Jugend ist eine Zeit voller Energie und formbarer Charaktere. Wird diese Energie für Trivialitäten vergeudet, verliert die Ummah ihre stärkste Kraft. Wird sie dagegen für echte Ziele genutzt, entsteht jene Generation, auf die der Prophet صلى الله عليه وسلم gesetzt hat und die den Islam erst überlebensfähig macht. Ein junger Muslim, der wirklich verstanden hat, wofür er lebt, wird kaum Zeit haben, sich in Belanglosigkeiten zu verlieren, denn echte Ziele ordnen alles andere unter.

## Der Blick über den Bildschirm

Blicken wir der Realität ins Auge: Wann hat sich zuletzt ein Jugendlicher nach einem TikTok-Sketch zum Monat Ramadan, einem Nasheed-Video mit Ohrwurmfaktor oder einem muslimischen Ex-Gangster-Film ernsthaft aufgerichtet und gesagt: *„Jetzt weiß ich, was meine Rolle in der Ummah ist – und was ich für ihren Wiederaufbau tun muss!“* Uns geht es wie gesagt gar nicht darum zu leugnen, dass Inhalte wie diese bewegen. Aber der Punkt ist eben: Nur selten bewegen sie weiter als einen Swipe nach links. Es bleibt ein Gefühl religiöser Verbundenheit, aber keine echte Verbindlichkeit.

Wenn sich junge Muslime überhaupt durch diese Inhalte aufrichten lassen und den Sprung vom bloßen Konsumenten zum aktiv Mitgestaltenden schaffen, geschieht dies trotzdem nicht als Ergebnis langfristiger Reifung oder fundierten Wissens, sondern als spontane Reaktion auf emotionale Impulse. Aus impulsivem Konsumieren wird dann impulsives Produzieren. Hauptsache, man „inspiriert“ irgendwie – doch genau hier beginnt der Teufelskreis: Dieser „halalisierte“ Lifestyle wird nur noch reproduziert und bleibt geprägt von Gefühlen und Konsum statt klarem Leitbild nach der prophetischen Mission.

Eben das liegt daran, dass unsere religiösen Inhalte in einer Form auftreten, die gar nicht den Anspruch zulässt, auf den wir in diesem Whitepaper hinaus wollen. Sie versprechen Religion ohne Reibung, Glauben ohne Verantwortung, Spiritualität ohne Opfer – kurzum: jene Art von „Feel-Good-Islam“, den wir zuvor als Übernahme eines hedonistischen Narrativs skizziert haben. Das war aber keineswegs der Islam, den der Prophet صلى الله عليه وسلم seinen Sahaba lehrte. Er gab ihnen keine Religion zum Wohlfühlen, sondern eine Verantwortung zu tragen. Er besänftigte nicht, er bildete. Er tröstete nicht nur, er befähigte. Der Prophet صلى الله عليه وسلم formte Charaktere und Persönlichkeiten und mit ihnen eine ganze Zivilisation.

Islamische Erziehung bedeutet daher nicht, bessere Shows zu liefern, sondern zurück zu unseren Maßstäben zu kehren. Wer glaubt, mit gut gemeinten Formaten eine ganze Generation erziehen zu können, verkennt möglicherweise selbst das Ziel. Der Maßstab sollte nicht sein, auf Ach und Krach inspirieren oder Reichweite generieren zu wollen, selbst dann nicht, wenn dahinter die aufrichtige Absicht steht, „den Islam zu verbreiten“. Entscheidend ist, ob unsere Inhalte junge Menschen wirklich auf das vorbereiten, was es heißt, Träger der prophetischen Mission zu sein. Anstatt junge Muslime in religiös verpackte Dauerbespaßung zu betten, sollten wir ihnen dabei helfen, sich als Teil einer größeren Vision zu verstehen – und zwar altersgerecht, aber ohne sie zu unterschätzen. Denn wer sich als Träger des Islam versteht, fragt gar nicht mehr: „*Was darf ich konsumieren?*“, sondern: „**Wie kann ich dem Islam wirklich dienen?**“

Die entscheidende Frage für uns als Community lautet daher nicht nur, wovon wir unsere Kinder fernhalten, sondern wofür wir sie eigentlich stark machen wollen.

# Vom Format zum Fundament

Bisher haben wir ergründet, dass vieles, was heute als islamischer Content kursiert, zwar berührt, bewegt und inspiriert, aber weder erzieht, noch befähigt und erst recht nicht verpflichtet. Um diesen Zustand zu überwinden, verlangt es von uns mehr, als Inhalte bloß mit einem „halal“-Siegel zu versehen. Andernfalls übernehmen wir - wenn auch unbewusst - die gleiche Logik, die in anderen gesellschaftlichen Bereichen längst gescheitert ist: Man „entkriminalisiert“, statt grundlegend zu verändern.

In der westlichen Gesellschaft zeigt sich dieses Prinzip überall: Statt Sexualität maßzuregeln, wird „safer sex“ propagiert. Statt Konsum - etwa von Alkohol, Drogen oder Glücksspiel - einzuschränken, propagiert man lieber „Genuss in Maßen“ oder „auf eigene Verantwortung“. Das Scheinargument: Wenn man das Verhalten schon nicht ändern kann, soll es zumindest „möglichst keinen Schaden“ anrichten (wir sparen uns an dieser Stelle jeglichen sarkastischen Kommentar).

Doch eine islamische Kultur, die Bestand haben soll, muss tiefer greifen. Es reicht nicht, Inhalte nur „zu optimieren“. Denn wer den Islam in die Öffentlichkeit trägt, gestaltet auch mehr als nur Inhalte. Er prägt Denkweisen, setzt Maßstäbe und beansprucht mitunter die Frage, was in unserer Community wirklich als islamisch gilt. Und er entscheidet mit darüber, ob wir jungen Muslimen wirklich vermitteln, dass Religion ein ganzheitlicher Auftrag ist – oder nur ein Rahmen, der ihre individuellen Vorlieben legitimiert (oder eben „halalisiert“).

Wir als muslimische Gemeinschaft brauchen also ein belastbares Fundament, und dazu gehören drei Dinge: verlässliche Strukturen, echte Vorbilder und in erster Linie ein kollektives Bewusstsein dafür, was Erziehung im islamischen Sinne wirklich bedeutet. Diese Aufgabe liegt nicht bei einer einzelnen Gruppe. Aber sie verlangt von allen, die Inhalte schaffen oder weitergeben, eine zentrale Frage:

## Welche Art von Mensch soll daraus hervorgehen?

# 1. Content Creator und Künstler: Von Inspiration zu Fundament

Ob muslimische Vlogger, Nasheed-Künstler, Filmproduzenten, Reminder-Kanäle oder Podcast-Stimmen – sie alle wollen vor allem eines: positiv inspirieren und eine Alternative schaffen. Sie teilen Videos, Geschichten, verleihen dem Glauben durch Kunst Ausdruck und vermitteln Werte. Doch wer Menschen mit religiösen Inhalten erreicht oder öffentlich im Namen des Islam gestaltet, prägt auch Vorstellungen davon, was islamisch ist. Die bloße emotionale Aktivierung darf daher nicht der Endpunkt sein, sondern muss der Anfang eines Weges werden – sowohl für den Produzenten als auch für seine Zielgruppe. Bevor man erzieht (bzw. Einfluss ausübt), muss man sich selbst erziehen lassen.

## Konkret bedeutet das:

- **Eigene Weltanschauung fundieren:** Viele Content Creator sind in säkularen Systemen aufgewachsen, geprägt von westlicher Denkweise, Konsumlogik und individualistischer Selbstverwirklichung. Wer islamische Inhalte produziert, muss zunächst ehrlich anerkennen: Meine Denkweise ist vielleicht gar nicht islamisch geprägt. Es genügt daher nicht, aus emotionaler Begeisterung heraus „Halal-Content“ zu machen, während das eigene Weltbild weiterhin von westlichen Werten beherrscht wird. Ohne einen systematisches und tiefgreifendes Studium von Qur'an und Sunnah und die bewusste Korrektur eigener Annahmen wird auch der gut gemeinte Content letztlich nur säkulare Logik in islamischer Verpackung bleiben.
- **Call to Action statt Inspiration ohne Anschluss:** Wer selbst verstanden hat, dass echte islamische Bildung mehr braucht als emotionale Impulse, erkennt auch: Jeder inspirierende Inhalt sollte mehr hinterlassen als bloß ein gutes Gefühl. Mit einem gefestigten Fundament wird klar, dass Reichweite nicht dazu da ist, Menschen dauerhaft zu berieseln, sondern sie auf den Weg echter Bildung zu führen. Das bedeutet konkrete Einladungen zu lokalen Kursen, Online-Akademien oder Lerngruppen – also Angebote, die Wissen nicht nur anreißen, sondern systematisch vertiefen und umsetzen helfen. Wer das eigene Fundament ernst nimmt, wird seine Plattform nutzen, um andere vom Konsum zur Bildung zu bewegen.

- **Regelmäßige Realitätschecks:** Wer regelmäßig religiöse Inhalte produziert, sollte sich auch selbst regelmäßig fragen: Was entsteht durch meinen Content? Wen beeinflusse ich – und in welche Richtung? Entstehen dadurch Menschen, die ihre Aufgabe in der Ummah erkennen, oder bloß Konsumenten, die oberflächlich zwischen genussvollen Rezepten, spirituellen Zitaten, ästhetischen Reisezielen und schicken Outfit-Inspirationen hin- und herwechseln – letztlich nur auf der Suche nach dem nächsten Genuss für das eigene Wohlbefinden? Ebenso wichtig ist es, die eigene Zielgruppe im Wandel ihrer Realität wahrzunehmen, damit man nicht Probleme anspricht, die längst überholt sind, während die aktuellen Fragen unbeantwortet bleiben. Diese Selbstprüfung ist Teil der Verantwortung, die muslimische Personen öffentlichen Lebens tragen.
- **Offline wirksam werden:** Digitale Reichweite ist kein Ersatz für echte Wirkung. Wer Menschen erreicht, sollte sich auch in reale Strukturen einbringen – in Programme, die islamische Bildung, persönliche Reifung und gemeinschaftliches Lernen fördern. In Zeiten von digitaler Entfremdung zählt offline sogar noch mehr als online. Content Creator werden so zu Brückenbauern zwischen digitaler Inspiration und realer Bildung.
- **Mentorschaft statt „Meet & Greet“:** Wenn Jugendliche unvermeidlich bestimmte Content Creator als Vorbilder wahrnehmen, braucht es Räume für Begegnung unter klaren Voraussetzungen, z. B. in Form von begleiteten Lerngruppen, Projektpatenschaften oder Weiterbildungsangeboten. Dabei geht es nicht um Nähe als Selbstzweck, sondern um Orientierung. Denn es genügt nicht, sie nur vor falschen Vorbildern zu bewahren – auch die richtigen Vorbilder müssen vor dem falschen Rahmen geschützt werden. Dabei gehören Werte wie Bescheidenheit, Anstand und das Vermeiden von *Riya* (Augendienerei) gehören untrennbar zur Botschaft. Wir möchten keine „Stars und Sternchen zum Anfassen“, sondern Menschen, die den Weg zu Allah glaubwürdig verkörpern – ohne Applaus und Autogrammstunden, sondern mit Demut und Bodenständigkeit. Der Grat ist sehr schmal, denn einerseits benötigen wir mehr denn je authentische Vorbilder unserer Zeit für die heranwachsende Generation. Andererseits erleben wir aber, wie sehr öffentliche Aufmerksamkeit auch religiöse Rollen korrumpieren kann.

- **Kunst erklären, nicht nur präsentieren:** Wer mit künstlerischen Mitteln wirkt, sollte seine Werke nicht einfach kommentarlos veröffentlichen oder „in den Raum werfen“, sondern auch eine Einordnung bieten. Wie es selbst bekannte nichtmuslimische Künstler in populären Formaten längst tun, könnten auch muslimische Künstler ihre Werke erklären: Wie ist es entstanden? Was steckt dahinter? Welche Wirkung soll es erzielen? Solche Kontexte ermöglichen eine tiefere Auseinandersetzung. Für Nasheed-Künstler kann das bedeuten, ihre Lyrics Zeile für Zeile durchzugehen, für Autoren, Filmemacher oder Illustratoren wiederum die Entstehung eines Buches, eines Filmes oder eines Bildes. So wird Kunst nicht nur rezipiert, sondern reflektiert.

Wer als Person der Öffentlichkeit innerhalb der muslimischen Community ständig nur „Good Vibes“ produziert, aber nie auf ein größeres Ziel verweist, bleibt Teil des Problems. Auch wenn man nicht selbst die komplette Lösung liefert, muss man zumindest den Weg dorthin eröffnen oder erleichtern. Influencer, Vlogger und Nasheed-Künstler - kurz: jeder mit einer Plattform - sollten nicht unabhängig agieren, sondern zum verlängerten Arm etablierter Bildungsprojekte werden. Denn es reicht nicht, Wissen zu streuen oder schöne Momente zu schaffen. Ziel muss es sein, dass junge Menschen ihre Rolle in der Ummah erkennen – eingebettet in eine prophetische Vision und nicht als Konsumenten spiritueller Häppchen.

## **2. Eltern und Pädagogen: Von Alternativen anbieten zu Sinn stiften**

Die größte Herausforderung islamischer Erziehung liegt heute nicht im *Wie*, sondern im *Wozu überhaupt*. Was wie eine smarte Erziehungslösung wirkt, ist oft nur ein bequemes Auslagern an „halal“ Inhalte. Doch Erziehung beginnt nicht bei der Auswahl von Inhalten, sondern bei der eigenen Klarheit und Selbstverpflichtung. Bevor Eltern und Pädagogen Kindern den Islam vermitteln können, müssen sie sich daher fragen: Verstehe ich überhaupt, was islamische Erziehung bedeutet? Kinder brauchen keine religiös verpackte Beschäftigung, sondern Erwachsene, die selbst eine klare Vision vom prophetischen Weg haben und diese authentisch vorleben können.

## Wie lässt sich das erreichen?

- **Eigene islamische Bildung vor Kindererziehung:** Viele Eltern und Pädagogen sind selbst von säkularen Bildungssystemen geprägt worden und haben nie systematisch gelernt, was islamische Erziehung jenseits von Ritualen und Verboten eigentlich bedeutet. Wer Kindern Orientierung geben will, muss zunächst seine eigene Rolle verstehen – als Muslim und als muslimischer Erzieher. Das bedeutet: Selbst Qur'an und Sunnah studieren, die prophetische Pädagogik kennenlernen und das eigene Erziehungsverständnis hinterfragen.
- **Sinn stiften statt ersetzen:** Was Kindern fehlt, sind keine islamisierten Alternativen zu westlicher Unterhaltung, sondern echte Orientierung. Wer ihnen große Ziele aufzeigt, Verantwortung überträgt und sie mit ihrer Rolle in dieser Ummah vertraut macht, schenkt ihnen einen inneren Kompass, den keine Unterhaltung dieser Welt je bieten kann. Eltern sollten sich also bewusst fragen: Wofür erziehen wir? Was ist es, das im Herzen unserer Kinder gesät werden soll?
- **Beziehung statt Bspäßung:** Echte Erziehung beginnt nicht mit Content, sondern mit Nähe. Ein Gespräch über den Sinn des Gebets, ein stiller Qur'an-Reflexionsmoment, eine Gute-Nacht-Geschichte aus der Sira – solche Erfahrungen prägen nachhaltiger als jeder gut gemeinte Film. Die tiefgreifendste Form der Bildung entsteht im Alltag: durch Beziehung, durch regelmäßige Mini-Rituale, durch gemeinsames Nachdenken. Wer Kinder formen will, muss mit ihnen leben, nicht sie nur beschäftigen.
- **Tiefe zumuten:** Kinder sind zu viel mehr fähig, als viele Erwachsene glauben. Wer sie ständig unterhalten will, unterschätzt ihre geistigen Fähigkeiten. Wer sie dagegen fordert, respektiert und fördert ihre Fitrah. Pädagogik bedeutet nicht, Inhalte nur möglichst spaßig zu verpacken, sondern sie auch verbindlich zu machen. Wiederholung, Ernsthaftigkeit, Pflichtbewusstsein: Das sind keine Zumutungen, sondern Würdigungen. Halal-Unterhaltung darf keine pädagogische Ausrede sein.

### 3. Gemeinschaft: Vom eigenen Süppchen zu gemeinsamen Maßstäben

Unserer islamischen Community mangelt es bei weitem nicht an zu wenig Inhalten. Es gibt heute mehr als genug Formate, Kanäle, Stimmen. Doch was fehlt, ist eine gemeinsame Richtung, ein klares Ziel und eine langfristige Vision vor Augen. Was bedeutet Qualität? Was ist Bildung? Und was ist bloß Stimmungsmache? Bevor wir jedoch Standards für andere setzen, müssen wir uns als Gemeinschaft ehrlich fragen: Haben wir überhaupt noch kollektive Maßstäbe, die auf Qur'an und Sunnah basieren? Oder ist jeder dabei, sein eigenes Verständnis von „islamisch“ zu definieren? Die frühe islamische Bildung war alles andere als „Edutainment“. Sie war eine Schule der Reifung von Geduld, Disziplin und Mission. **Was bedeutet das für uns alle?**

- **Kollektive Standards statt individueller Beliebigkeit:** Als Gemeinschaft tragen wir strukturelle Mitschuld, wenn „islamische Bildung“ beliebig wird und jeder sein eigenes Süppchen kocht. Während Einzelpersonen ihre persönliche Weltanschauung korrigieren müssen, braucht es auf Gemeinschaftsebene eine Rückbesinnung auf verbindliche Kriterien: Was macht islamische Bildung wirklich aus? Welche Methoden entsprechen der prophetischen Pädagogik? Diese Fragen können nicht individuell beantwortet werden – sie verlangen kollektive Klarheit und den Mut, auch populäre Formate zu hinterfragen, wenn sie dem Standard nicht entsprechen.
- **Wissen wie früher rahmen:** Islamische Bildungsinitiativen dürfen sich nicht vom Zeitgeist treiben lassen. Wenn immer mehr Formate mit einem „Unterhaltungs-Twist“ vermarktet werden, verflacht das nicht nur die Erwartungshaltung der Jugendlichen, sondern auch die Qualität der Bildung. Die Community braucht wieder Räume, in denen Wissen als etwas Kostbares und Respektvolles vermittelt wird (ganz im Sinne des Hadith, in dem der Engel Dschibril zum Propheten ﷺ kommt, um ihn über Islam, Iman und Ihsan zu fragen<sup>7</sup>), und nicht als etwas, das möglichst leicht verdaulich und nebenbei konsumierbar sein muss. Der Prophet ﷺ bildete eine Generation, die zuerst den Iman lernte, noch bevor sie den Qur'an lernte – und dann durch den Qur'an im Glauben wuchs und handelte.

- **Orientierung statt Fragmentierung:** Wenn islamisches Wissen beliebig, nicht aufeinander aufbauend und aus dem Zusammenhang gerissen vermittelt wird, entsteht kein klares Bild von der kohärenten Botschaft des Islam, sondern lediglich eine Collage aus netten Einzelimpulsen. Wir als Gemeinschaft tragen Mitverantwortung dafür, wenn unsere Jugendlichen zwar berührt, aber nicht verankert werden. Es braucht Bildungsformate, die Orientierung geben, ein vollständiges Weltbild vermitteln und geistige Reifung ermöglichen.
- **Autorität klären:** Wenn die Stimme mit den meisten Klicks auch die einflussreichste wird, läuft etwas gewaltig schief. Gemeinschaften sollten sich wirklich fragen, welche Stimmen sie verstärken und ob Reichweite zur neuen Legitimation geworden ist. Das Mindestmaß sollte sein, dass die Personen, die wir fördern, selbst fest im Islam verankert sind und die prophetische Mission kennen und weitertragen.
- **Keine Ummah auf dem roten Teppich:** Gemeinschaft ist ein hohes Gut, aber kein Selbstzweck. Wer beispielsweise Veranstaltungen zur „Vernetzung“ oder „Stärkung der Ummah“ anbietet, darf sie nicht auf gemeinsame Unterhaltung gründen. Und schon gar nicht auf Sichtbarkeit und Selbstdarstellung. Leider sehen wir zunehmend, wie muslimische Events sich immer stärker dem Rampenlicht verschreiben. Die Frage ist: Was nehmen junge Menschen konkret dadurch mit? Welche Perspektive entsteht? Auch gesellige oder kreative Veranstaltungen müssen so ausgerichtet sein, dass sie Richtung geben und Orientierung stiften, nicht nur Verbundenheit.

# Fazit und Ausblick

Dieses Whitepaper war keineswegs als Urteil über Einzelpersonen oder Formate gedacht, sondern als eine eindringliche Einladung, innezuhalten und ehrlich zu reflektieren: *Was machen wir hier eigentlich?* Entspricht das, was wir tagtäglich an „islamischem Content“ produzieren, verbreiten und konsumieren, wirklich der klaren Rechtleitung von Qur'an und Sunnah? Oder haben wir uns längst an eine Kultur gewöhnt, die zwar den äußeren Rahmen islamisiert, aber dessen innere Maßstäbe säkular bleiben?

Was macht islamische Inhalte *wirklich* islamisch? Die Antwort liegt nicht in der Verpackung oder guten Absicht, sondern in der langfristigen Wirkung: Führen sie zur Reifung oder nur zur Reaktion? Formen sie Persönlichkeiten oder produzieren sie nur Konsumenten und Mitläufer?

Je stärker wir Unterhaltung ins Zentrum rücken, ja sogar zu einem Geschäftsmodell oder ganzen Community-Markt machen, desto mehr verlieren wir die eigentliche Vision des Islam aus den Augen: Menschen zu erziehen, die ihre Aufgabe in dieser Welt kennen und erfüllen, um sich auf das nächste Leben vorzubereiten. Statt unsere Energie in diese Vision zu investieren, richten sich unsere Kreativität und Ambitionen immer öfter auf Nebenschauplätze – Dinge, die kaum noch etwas mit ihr zu tun haben und uns zugleich in die Illusion versetzen, wir lebten bereits in einer errichteten Zivilisation und könnten uns zurücklehnen und den Luxus des „passiven Genießens“ leisten.

Wir sollten der Tatsache ins Auge blicken: Unterhaltung, selbst wenn sie halal ist, bleibt am Ende des Tages immer noch Unterhaltung. Sie beruhigt, begeistert, lenkt ab. Aber sie ersetzt nicht das, was junge Menschen wirklich brauchen: eine klare Orientierung, ein stabiles Selbstbild, und ein tief verankertes Verantwortungsgefühl gegenüber Allah und der Ummah. Ohne diese Fundamente wird selbst das Beste an islamisiertem Content auf Dauer nicht standhalten – weder gegen die Kraft säkularer Narrative, noch gegen die Sinnkrise junger Herzen.

Genau hier liegt aber unser Denkfehler.

Wir sind davon überzeugt, unsere Kinder vor den Gefahren der Welt zu schützen. Mit aufwändig produzierten halal-Alternativen ziehen wir sie hinter uns her. „Endlich“, denken wir, „haben wir eine Lösung gefunden!“. Doch allzu oft gleichen wir dabei funktionell dem Rattenfänger von Hameln: Wir führen mit unserer Flöte, aber wohin eigentlich? Nicht aus dem Spiel heraus, in ihre wahre Bestimmung als Träger einer Mission, sondern in ein neues Schlaraffenland: islamisch inszeniert, aber entkoppelt von echter Rechtleitung. Wir sind nicht die „Retter“ – wir sind zu Verführern unserer eigenen Nachkommenschaft geworden, die sie in eine andere Form der Ablenkung locken. Denn islamisch sollte prophetisch sein. Nicht nur im Inhalt, sondern auch in der Absicht, der Methode und im Ziel.

Die eigentliche Herausforderung liegt nicht in der Medienform, sondern in unserem Verständnis von Erziehung selbst. Solange wir isoliert handeln und jeder sein eigenes Projekt verfolgt, entsteht keine gemeinsame Bildungsstruktur – und damit auch kein Bewusstsein für die Verantwortung, die Inhalte mit sich bringen. Wer Content produziert, prägt Maßstäbe: bei sich selbst und bei allen, die zusehen und zuhören. Was uns heute fehlt, ist daher weniger neuer Content als eine gemeinsame Vision. Wohin wollen wir unsere Jugend führen? Was heißt es, den Islam in einer Zeit der Zerstreuung weiterzugeben – nicht als kurzfristigen Reiz, sondern als beständige Richtung, für die es zu opfern gilt?

Genau hier setzt das Buch „**Dem Trivialen widerstehen**“ von Sheikh Aḥmad al-Sayyid an, das wir vom One Ummah Forum in deutscher Sprache übersetzt haben. Es zeigt, warum schnelle, oberflächliche Lösungen scheitern müssen – und was es braucht, um wieder echte Charakterbildung möglich zu machen. Im Zentrum steht die Heranbildung eines Generationstyps, der prophetisch denkt, handelt und Verantwortung übernimmt – weit entfernt von bloßer religiöser Unterhaltung.

Denn die Herausforderung liegt längst nicht mehr im Angebot – sondern in der Frage, ob wir uns über das Triviale erheben. Islamische Bildung muss wieder zu dem werden, was sie immer war: **Die Formung von Menschen, die dem Spiel vielleicht ja sogar ein Ende setzen können.**

## Fußnoten

1. Neil Postman: *Wir amüsieren uns zu Tode. Urteilsbildung im Zeitalter der Unterhaltungsindustrie* (Originaltitel: *Amusing Ourselves to Death: Public Discourse in the Age of Show Business*), 1985. Dt. Ausgabe: Frankfurt am Main: Fischer Taschenbuch Verlag, 1987.
2. *Edutainment* ist ein Neologismus aus den englischen Wörtern „Education“ (Bildung) und „Entertainment“ (Unterhaltung). Er bezeichnet Formate, die Lerninhalte möglichst unterhaltsam und leicht zugänglich vermitteln, z. B. Lernvideos oder kindgerechte Dokus. Ein ähnlicher Begriff ist *Infotainment* (aus „Information“ + „Entertainment“), der vor allem im Zusammenhang mit Nachrichten oder gesellschaftlichen Themen verwendet wird. Während es bei *Edutainment* eher ums Lernen geht, steht bei *Infotainment* das Informieren im Vordergrund.
3. Der Heilige Qur'an, 20:131.
4. Sunan Abi Dawud 3462.
5. Riyad as-Salihin 658.
6. Sahih al-Bukhari 143.
7. Sunan Ibn Majah 63.

Dieses Whitepaper wurde vom One Ummah Forum veröffentlicht und darf in seiner ursprünglichen, unveränderten Form frei weitergegeben und verbreitet werden.

Der Inhalt dieses Dokuments darf für nicht-kommerzielle Zwecke – einschließlich Bildungs- und Forschungszwecken – kopiert, zitiert oder weiterverwendet werden, sofern eine ordnungsgemäße Quellenangabe zum One Ummah Forum als ursprünglicher Urheber erfolgt.

Eine kommerzielle Nutzung, Weiterverbreitung zu Gewinnzwecken oder jegliche Modifikation des Inhalts ist strengstens untersagt.

© One Ummah Forum. Alle Rechte vorbehalten.



Die Autorin dieses Whitepapers – **Y. L. Essaoudi** – hat sich im Rahmen eines intensiven Selbststudiums und fundierter Recherchen eingehend mit dem Thema auseinandergesetzt. Es wurde großer Wert auf die Überprüfung der Quellen und die Sicherstellung der inhaltlichen Genauigkeit gelegt. Nach Fertigstellung wurde der Inhalt von unserem Qualitätssicherungsteam geprüft und freigegeben.