Zeitschrift für
**Semiotik**
Band 42 • Heft 3-4 (2020)
Seite 61-86
Stauffenburg Verlag Tübingen

# Zur Bedeutung von Dark Social & Deplatforming. Eine quantitative Exploration der deutschsprachigen Rechtsaußenszene auf *Telegram*

Heidi Schulze, Ludwig-Maximilians-Universität München

**Summary.** With the increase in hate speech and extremist content online, the pressure on social media platform operators to track and delete the content in question is also increasing. The term 'deplatforming' usually refers to the deletion of groups or accounts by platform operators, but it can also include the deletion of specific contents or whole websites on the part of the hosting service. In the wake of recent deplatforming actions, far-right activists emphatically called for switching to *Telegram* and joining their respective groups and channels. Whereas the few published analyses on deplatforming and Telegram mainly consider English-language or international networks, this study focuses on the German-speaking far-right scene. Based on an exploratory, descriptive analysis, the present article looks at the significance of *Telegram* for the German-speaking far-right scene. The longitudinal analysis of 259 *Telegram* channels and groups examines the presence of the far-right scene on *Telegram*, which websites are especially significant for far-right activists, and to what extent recent deplatforming actions are reflected in users' behavior on *Telegram*. Overall, it can be concluded that *Telegram* is currently one of the most important online communication channels for the German-speaking far-right scene, due to its high level of anonymity and low deplatforming activities. There was an enormous increase in the activities and presence of far-right channels and groups from 2016 to 2020. In 2020, above all, both the frequency and reach of posts rose almost exponentially. The high volume of *YouTube* and *Twitter* links shows that major platforms continue to have key significance for far-right strategic communication in terms of recruitment, mobilization, and financing. Hence, deplatforming – despite the existence of *Telegram* as a 'safe haven' – is an essential measure for limiting the range of impact of extremist movements, as well as minimizing the distribution of and unwanted exposure to extremist narratives and keeping the extremist online presence marginal.

**Zusammenfassung.** Der vorliegende Beitrag betrachtet die Internetnutzung der deutschsprachigen Rechtsaußenszene mit besonderem Fokus auf Soziale Medien. Mit der Zunah-

me an Hassrede und extremistischen Inhalten im Netz steigt der Druck auf Plattformbetreiber, die entsprechenden Inhalte zu verfolgen und zu löschen. Der Begriff ‚Deplatforming' beschreibt in erster Linie das Löschen von Gruppen oder Accounts durch Plattformbetreiber, kann aber auch das Löschen spezifischer Inhalte oder ganzer Websites seitens des Websitehosts einbeziehen. In Folge von Deplatformingaktivitäten von *Twitter* und Co. rufen Rechtsaußenaktivist:innen vermehrt dazu auf, zu *Telegram* zu wechseln und dort den jeweiligen Gruppen sowie Kanälen beizutreten. Während die wenigen publizierten Studien bezüglich Deplatforming und *Telegram* primär englischsprachige bzw. internationale Netzwerke betrachten, liegt der Fokus dieser Untersuchung auf der deutschsprachigen Rechtsaußenszene. Auf Basis einer deskriptiven Analyse von 259 Kanälen und Gruppen wird die Präsenz der Rechtsaußenszene auf *Telegram* untersucht, welche Websites für rechtsaußen Aktivist:innen besonders relevant sind und inwiefern sich Deplatformingaktionen im Verhalten auf *Telegram* widerspiegeln. Insgesamt kann festgestellt werden, dass *Telegram* aktuell – bedingt durch das hohe Level an Anonymität und geringer Deplatformingaktivitäten – einer der wichtigsten Onlinekommunikationskanäle für die deutschsprachige Rechtsaußenszene ist. Die Aktivitäten und Präsenz von Rechtsaußenkanälen und -gruppen haben im Verlauf von 2016 bis 2020 enorm zugenommen – vor allem 2020 sind die Frequenz der Posts sowie die Reichweite nahezu exponentiell gestiegen. Der hohe Verlinkungsumfang von *YouTube* und *Twitter* zeigt die anhaltende zentrale Relevanz großer Plattformen für strategische Rechtsaußenkommunikation im Hinblick auf der Rekrutierung, Mobilisierung und Finanzierung. Daher ist Deplatforming – trotz der Existenz *Telegrams* als Rückzugsort – eine wichtige Maßnahme, um extremistische Bewegungen und Narrative in ihrem Wirkungsradius zu begrenzen.

## 1. Einleitung

Mit der Zunahme an Hassrede und extremistischen Inhalten im Netz steigt der Druck auf Plattformbetreiber, die entsprechenden Inhalte zu verfolgen und zu löschen. Am 10. Juli 2020 löschten im Rahmen einer scheinbar konzertierten Aktion erst *Twitter* und anschließend *YouTube* zahlreiche Accounts der vom Verfassungsschutz als rechtsextrem eingestuften Identitären Bewegung (IB) (vgl. Barthels 2020). *TikTok* zog wenige Tage später nach (Weiß 2020). Kurz zuvor empfahl ein Bericht des *Global Project Against Hate and Extremism* (GPAHE) auf Basis einer Analyse des Onlineverhaltens der Identitären Bewegung *Twitter* und *YouTube*, die entsprechenden Inhalte und Accounts zu löschen (vgl. Beirich und Via 2020). Darüber hinaus schlussfolgerten Beirich und Via, dass es dringend notwendig sei, Rechtsextreme und ‚white supremacists' von den großen Plattformen zu entfernen und die AGBs so anzupassen, dass die Sperrprozesse rechtsextremer Aussagen und Accounts beschleunigt werden können.

Diese und vergleichbare Aktivitäten werden zusammengefasst unter dem Begriff ‚Deplatforming'. Deplatforming beschreibt in der Regel das Löschen von Gruppen oder Accounts durch Plattformbetreiber (vgl. Rogers

2020), kann aber auch das Löschen spezifischer Inhalte oder ganzer Websites seitens des Websitehosts einbeziehen. Ziel dabei ist es, die Präsenz von Hassrede, extremistischer Sprache oder Akteuren auf großen Plattformen zu verringern und dadurch Mobilisierungspotenzial sowie Rekrutierungsmöglichkeiten einzuschränken. Die Annahme dahinter ist, dass weniger Präsenz im öffentlichen Raum automatisch zu verringerter Aufmerksamkeit führt und der Wirkungsradius entsprechend minimiert wird (vgl. Nouri u.a. 2019). Auch Einnahmen und Finanzierungsmöglichkeiten (z.B. durch Werbeschaltung in *YouTube*-Videos) werden eingeschränkt. Empirische Erkenntnisse bezüglich der Wirkung von Deplatforming zeigen, dass das Löschen extremistischer Gruppen das sprachliche Klima in Onlinenetzwerken verbessern und den Umfang von Hassrede verringern kann, da betroffene Personen bzw. Accounts entweder zu anderen Plattformen abwandern oder ihre Sprache anpassen (vgl. Chandrasekharan u.a. 2017; Kashpur u.a. 2020).

Einerseits, wie beschrieben, als Deradikalisierungsmaßnahme eingesetzt, gibt es andererseits empirisch gestützte Hinweise, dass Deplatforming gegebenenfalls als Radikalisierungsbeschleuniger wirken kann. Rogers (2020), der auch sprachliche Veränderungen als positive Folge von Deplatforming beobachtet, zeigt, dass sich zwar die Anzahl von Nutzer:innen verringert, nicht jedoch der Aktivitätsumfang. In einer Analyse des russischen Netzwerkes *VK* wurde gezeigt, dass Nutzer:innen gelöschter Gruppen sich auf andere Gruppen derselben Plattform mit ähnlichen Inhalten verteilen oder neue Gruppen gründen, sodass der Umfang rechtsextremer Gruppen nicht reduziert, sondern – quasi als trotzartige Gegenreaktion – eher vergrößert wurde (vgl. Kashpur u.a. 2020). Das Löschen bedingt – für die von Löschung gefährdete Gruppen – die Notwendigkeit strategischer Kommunikation, wie beispielsweise die Verwendung codifzierter Sprache und Symbole (sogenanntes ‚Dog Whistling'), die wiederum das Gemeinschaftsgefühl stärken können. Ein weiterer Effekt von Deplatforming ist, dass Nutzer:innen, die ihre Accounts verlieren, (zum Teil) auf andere Plattformen migrieren – wie beispielsweise *Gab*, das heute als „Twitter für Rassisten" gilt (Benson 2016) – um dort ähnlich hasserfüllt zu kommunizieren (vgl. Newell u.a. 2016). Diese Abwanderung auf extremistische Nischenplattformen und in geschlossene Gruppen kann wiederum Radikalisierungsprozesse fördern.

In Folge der jüngsten Deplatformingaktivitäten von *Twitter* und Co. riefen Aktivist:innen dezidiert dazu auf, zu *Telegram* zu wechseln und dort den jeweiligen Gruppen sowie Kanälen beizutreten (vgl. Barthels 2020). Der Instant-Messaging-Dienst *Telegram* ist in Deutschland zuletzt vor allem im Kontext der Bewegungen und Demonstrationen der Gegner:innen der COVID19-bedingten Maßnahmen sowie der Verbreitung von Verschwörungsnarrativen im öffentlichen Diskurs präsent geworden. Jedoch werden zunehmend Berichte publiziert, die eine hohe Relevanz des Instant Messengers für die Rechtsaußenszene bestätigen (vgl. Glaser 2020; Jünger und Gärtner 2020). Es ist zu vermuten, dass die (deutschsprachige)

Rechtsaußenszene *Telegram* schon weitaus länger zur Vernetzung und zum transnationalen Austausch nutzt, da der Gründer einer der größten rechtsextremen Websites *The Daily Stormer* bereits im April 2018 explizit dazu aufrief, von der Gaming Chat-App *Discord* zu *Telegram* zu wechseln (vgl. Schwarz 2020).

Der vorliegende Beitrag nimmt die skizzierten Entwicklungen zum Anlass, das Verhalten der Rechtsaußenszene auf *Telegram* zu untersuchen. Während die wenigen publizierten Studien bezüglich Deplatforming und *Telegram* primär englischsprachige bzw. internationale Netzwerke betrachten (vgl. Rogers 2020; Urman und Katz 2020), liegt der Fokus dieser Untersuchung auf der deutschsprachigen Rechtsaußenszene. Auf Basis einer Analyse von 259 Kanälen und Gruppen wird die Präsenz der Rechtsaußenszene auf *Telegram* untersucht, welche Websites für rechtsaußen Aktivist:innen besonders relevant sind und inwiefern sich die jüngsten Deplatformingaktionen im Verhalten auf *Telegram* widerspiegeln.

Zunächst werden die Onlineaktivitäten der Rechtsaußenszene mit Fokus auf die Nutzung Sozialer Medien und Nischenplattformen diskutiert. Im Kontext dessen betrachtet das anschließende Kapitel die Rolle von *Dark Social*, fokussiert Instant-Messaging-Dienste und extrahiert unter Berücksichtigung der Plattformarchitektur die Popularität von *Telegram* für Rechtsaußenaktivismus. Nach Ableitung der forschungsleitenden Fragestellung wird das Verfahren der Datenerhebung erläutert. Darauf folgen die Ergebnispräsentation sowie Diskussion und Fazit.

## 2. Internet & Social Media Nutzung der Rechtsaußenszene

Der Begriff ‚Rechtsaußen' (engl. *far right*) wird zunehmend verwendet, um das heterogene Feld rechtradikaler und rechtsextremer (Splitter-)Gruppen sowie Strömungen in einem Ausdruck zusammenzufassen (vgl. Sterkenburg 2019). Rechtsaußen beschreibt dabei diejenigen Bewegungen, die Volk und Staat als eine Einheit, sowie Fremde als Gefahr für die Gemeinschaft betrachten (vgl. Bjørgo und Ravndal 2019). Aktuelle Studien zeigen, dass es nicht nur eine signifikante Überschneidung der verschiedenen, aktuell größten rechtsaußen Gruppierungen untereinander gibt, sondern dass die öffentliche Kommunikation nahezu identisch ist hinsichtlich der Themen, des Framings sowie der zur Verbreitung eingesetzten Kommunikationsstrategien (vgl. Ahmed und Pisoiu 2019). Zudem scheint sich die Rechtsaußenszene erfolgreich mittels des Internets zu transnationalen Netzwerken zu verbinden (Veilleux-Lepage und Archambault 2019), unterstützt durch einwanderungs- und migrantenfeindliche Diskurse, Parteien (vgl. Froio und Ganesh 2019) und visuelle Inhalte (vgl. Doerr 2017).

Grundsätzlich nutzen Rechtsaußenbewegungen das Internet seit Beginn seiner kommerziellen Verbreitung als strategisches Kommunikationsmittel. Bereits 1984 gab es die ersten digitalen schwarzen Bretter, die zu Propaganda, Termininformation und Rekrutierung eingesetzt wurden (vgl.

Conway u.a. 2019). Mitte der 90er entstanden die ersten rechten, alternativen Nachrichtenwebsites und in den frühen 2000er Jahren wuchs die Relevanz von Imageboards sowie Online-Foren, die zum Teil bis heute aktiv sind (z.B. *4Chan*, *Stormfront*). Das Aufkommen Sozialer Medien vergrößerte die Reichweite für ideologische Inhalte und Möglichkeiten der Kommunikationsmittel (Text, Bild, Ton, Video). Im Hinblick auf aktuelle Entwicklungen ist zu berücksichtigen, dass aktivistische Extremist:innen auch immer Personen ihrer Zeit sind und daher das Internet und die Kommunikation über Soziale Medien reguläre Bestandteile ihres Alltags darstellen. Vor allem jüngere Kohorten sind hochgradig versiert im Umgang mit Onlinekommunikation und nutzen daher das verfügbare Repertoire umfassend und strategisch. Die Relevanz von Websites und Online-Foren ist in Folge der veränderten Onlinemedienumgebung zulasten von Social Media Kommunikation gesunken. Gleichzeitig ist die Relevanz sogenannter ‚Nischenplattformen' bzw. ‚Alternativer Plattformen' für die extremistische Kommunikation gestiegen – vor allem auch als Folge zunehmender Deplatformingaktivitäten der großen Plattformen. Diese zunehmende Popularität Alternativer Plattformen wird begleitet von dem sogenannten *Visual Turn* – der steigenden Bedeutung von Memes und bildbasierter Kommunikation als strategisches Mittel zur Gruppenbindung, aber auch zur Herabwürdigung und zum Angreifen der wahrgenommenen Gegner im Rahmen konzertierter Aktionen (vgl. Conway u.a. 2019).

Die Begriffe ‚Alternative Plattform' oder auch ‚Nischenplattform' sind bisher nicht fest definiert und werden in der Rechtsaußenforschung relativ unspezifisch verwendet, um Plattformen mit geringer Reichweite oder einem eingeschränkten Nutzer:innenkreis zu beschreiben. Zentral ist jedoch die Unterscheidung zwischen (1) Plattformen, die bewusst mit dem Ziel aufgebaut wurden, extremistische Kommunikation zu unterstützen, und solchen (2) Plattformen, die auf Grund ihrer Plattformarchitektur von rechtsextremistischen Gruppierungen gewissermaßen ‚gekapert' wurden. Beispiele für Plattformen, die der ersten Kategorie zugeordnet werden, sind die *Twitter*-Alternative *Gab* und die *YouTube*-Alternative *BitChute*. Die Plattform *BitChute* existiert erst seit 2017, gewinnt jedoch zunehmend an Relevanz in der internationalen Rechtsaußenszene (vgl. Trujillo u.a. 2020). Die deutschsprachige Rechtsaußenszene versucht sich derzeit auch, bisher jedoch wenig erfolgreich, an eigenen Plattformen, wie zum Beispiel *Profortis* und *frei³* (vgl. Dittrich u.a. 2020). Ein bekanntes Beispiel für eine Plattform aus der zweiten Kategorie ist *Discord* – eine Kommunikationsplattform, die primär für Online-Gaming entwickelt wurde, jedoch bis zur Löschung der Gruppierung durch die rechtsextremistische Bewegung *Reconquista Germanica* für die interne Organisation zweckentfremdet wurde. Auch der Instant Messenger *Telegram* ist eher der zweiten Kategorie zuzuordnen. Alternative Plattformen bieten ein virtuelles ‚Zuhause' für *fringe communities* und fördern so Radikalisierungsprozesse und die Entwicklung gewaltbereiter Einstellungen. Sie bieten Schutz vor abweichenden Meinungen sowie Inhalts- und Accountlöschung und sind vor

dem Hintergrund zunehmenden Deplatformings entsprechend relevant für Rechtsaußen-Kommunikation (vgl. Guhl u.a. 2020).

## 3. *Dark Social* und Instant Messenger

Der Begriff *Dark Social* wurde bereits 2012 geprägt durch den Journalisten Alexis C. Madrigal in dem *The Atlantic*-Artikel „Dark Social: We Have the Whole History of the Web Wrong". Madrigal hatte bei Prüfung von Web-Traffic-Analysen festgestellt, dass für einen Großteil (~60%) der Websiteaufrufe nicht festgestellt werden konnte, von welcher Website, Plattform oder App aus die Nutzer:innen auf die Artikel zugriffen. Dieses Phänomen nannte Madrigal *Dark Social. Dark Social* beschreibt demnach den sozialen Austausch von Inhalten, der außerhalb dessen stattfindet, was von Webanalyse-Programmen gemessen werden kann (vgl. Madrigal 2012). Im Detail heißt das, dass Links, die mittels persönlicher E-Mails (ausgenommen professionelle Newsletter), Chats oder Instant Messaging geteilt werden und von dort aus aufgerufen werden, kaum bis gar nicht zu ihrem Ursprung nachverfolgt werden können. Die Schlussfolgerung, die sich aus der Beobachtung Madrigals ziehen lässt, ist, dass ein relevanter Anteil der sozialen Online-Interaktion in nicht-öffentlichen Räumen stattfindet. Es wird deutlich, dass *Dark Social* keinen direkten Bezug zum Darknet hat und auch nicht mit dem Begriff *Dark Social Media* zu verwechseln ist. Vielmehr sind die Beobachtungen Madrigals sowie der Begriff zunächst primär für das Marketing von Websitebetreibenden relevant. Aus diesem Grund war das Konzept bis vor Kurzem auch kaum im öffentlichen oder wissenschaftlichen Diskurs präsent.

Auf Grund der sich verändernden Medienumgebungen und Rezeptionsgewohnheiten hat das Konzept jedoch innerhalb der letzten zwei Jahre an Präsenz gewonnen. Instant Messenger zählen zu den meistgenutzten (Social Media) Kommunikationskanälen, vor allem für jüngere Kohorten (siehe Abb. 1). Sowohl die Nutzung von *WhatsApp* als auch *Telegram* und *Facebook* Messenger sind im Verlauf der letzten Jahre gestiegen (vgl. Hölig und Hasebrink 2020). Dies verweist einerseits auf eine zunehmende Medienkompetenz im Sinne eines Bewusstseins gegenüber der öffentlichen Einsehbarkeit von Social Media Inhalten und dem Thema Privatsphäre. Andererseits sind es auch weitere Affordanzen, wie Videotelefonie, Sprachnachrichten und die Möglichkeit jegliche digitalen Inhalte schnell mit einzelnen Personen oder ganzen Gruppen zu teilen, die zur Attraktivität von Instant Messengern in der alltäglichen Kommunikation beitragen. Die zunehmende Nutzung von Instant Messengern hat demnach die Wiederbelebung des Konzepts *Dark Social* unterstützt und erklärt, wieso der Begriff aktuell viel diskutiert ist (vgl. Gehlen 2019).

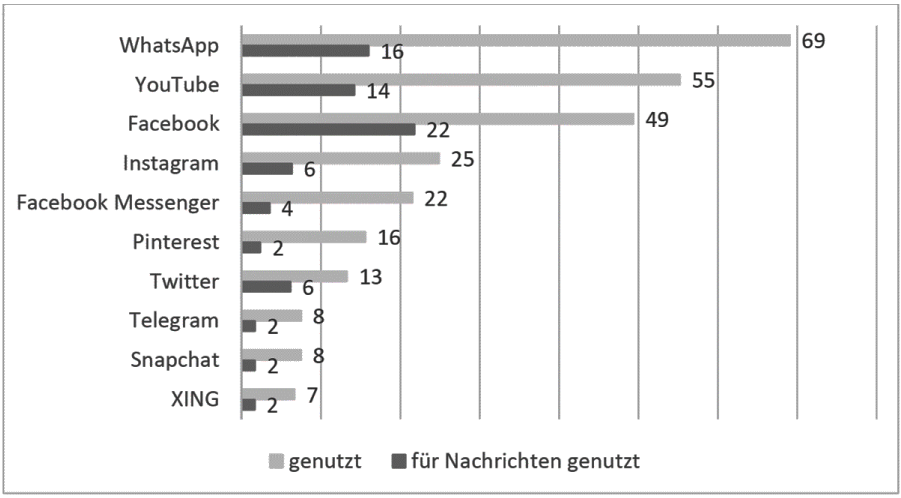


**Abb. 1:** Nutzung von sozialen Medien (für Nachrichten) in % (Quelle: Hölig und Hasebrink 2020).

### *3.1 Zur Relevanz von Instant Messengern für extremistische Kommunikation*

Auch extremistische Akteure haben innerhalb der letzten Jahre die Vorteile von Instant-Messaging-Diensten erkannt und nutzen diese zunehmend zu Propagandazwecken, Mobilisierung, Rekrutierung, Austausch und Informationsverbreitung. Die Vorteile liegen vor allem in der technischen Architektur begründet: Instant Messenger bieten die geeignete Umgebung, um einerseits über (teil-)öffentliche Kanäle Propaganda zu verbreiten und neue Aktivist:innen anzuwerben und gleichzeitig über geschlossene Gruppen sowie private Chats, Aktivitäten bis hin zu Anschlägen zu planen (vgl. Kiefer u.a. 2018; Wagner 2020). Die Diversität der verschiedenen Kommunikationsdimensionen fungiert dabei als Katalysator für Radikalisierungsprozesse. Sie erlauben es innerhalb derselben Plattformen Personen unverfänglich zu informieren, zu beobachten und im geeigneten Moment anzusprechen und unter Ansprache sowie Berücksichtigung persönlicher Missstände oder Sehnsüchte in die Gemeinschaft zu integrieren. Im Gegensatz zu anderen Sozialen Medien, die diese Kommunikationsmöglichkeiten aus technischer Perspektive durchaus auch anbieten, suggerieren Instant Messenger ein höheres Maß an Privatsphäre und Intimität und fördern dadurch ein Gefühl der Verbundenheit (vgl. Rieger u.a. 2020). Die direkte Ansprache, die über das individuelle Smartphone läuft, erzeugt den Eindruck persönlicher Nähe. Die Ende-zu-Ende Verschlüsselung der Kommunikation bietet zudem einen gewissen Schutz und im Vergleich zu den großen Sozialen Medienplattformen, wie *Facebook* und *Twitter*, werden Instant Messen-

ger-Inhalte und -Accounts bisher seltener gelöscht oder d e p l a t f o r m i e r t. In der Regel gibt es keine ausgefeilte Suchfunktion für Kanäle und Gruppen, sodass der Zugang primär über Einladung oder Links erfolgt. Die Wahrnehmung als sicherer, geschlossener digitaler Kommunikationsraum fördert das Gefühl, ohne Einschränkungen offen über alles sprechen zu können.

Neben den Vorteilen, die in den technischen Affordanzen begründet liegen, eignen sich Instant Messenger besonders gut dazu, um Jugendliche und junge Erwachsene zu erreichen und in ihrer präferierten Kommunikationsumgebung anzusprechen. Laut der aktuellen ARD/ZDF Onlinestudie nutzen 98% der Befragten in der Altersgruppe 14-29 den Messenger *WhatsApp* – im Vergleich dazu, *Instagram*, an zweiter Stelle, wird gerade noch von 47% Personen derselben Kohorte genutzt (vgl. Beisch u.a. 2019). Jugendliche sind besonders gefährdet für extremistische Ansprache, da sie sich noch in der Findungs- und Entwicklungsphase zu einer Erwachsenenidentität befinden, und gelten daher als relevanteste Zielgruppe für extremistische Akteure (vgl. Zick 2020). Aus Perspektive extremistischer Akteure bieten also Instant Messenger im Vergleich zu den großen Sozialen Medienplattenformen viel Potenzial, das eigene Wirken effizient zu stärken.

Den Mehrwert der Kommunikation über Instant Messenger erkannte scheinbar zuerst die islamistische Szene. Bereits 2015 wurden mehr als 70 öffentliche Kanäle des Islamischen Staates auf *Telegram* gesperrt – nicht jedoch geschlossene Gruppen (vgl. Böhm 2015). Der offene Kanal *@ISISwatch* ermöglicht es seitdem extremistische Inhalte zu melden und informiert täglich über die Anzahl gelöschter Kanäle und Gruppen. Trotzdem sind im Hinblick auf die aktuelle Medienlandschaft Instant Messenger weiterhin eine der zentralen Kommunikationskanäle für islamistische Gruppierungen vor allem im Rahmen der Gewinnung neuer Mitglieder (vgl. Clifford und Powell 2019). Nach direktem Vergleich einer *IS-WhatsApp*-Gruppe und eines *IS-Telegram*-Kanals schlussfolgert Wagner (2020), dass *WhatsApp* primär für Planungen und interne Absprachen und *Telegram* zur Verbreitung von Handlungsrichtlinien und zur Rekrutierung für *WhatsApp*-Gruppen genutzt wird.

Spätestens seit Aufruf zur Nutzung durch die rechtsextreme Website *The Daily Stormer* in 2018 sind Instant Messenger jedoch auch für die Rechtsaußenszene relevanter Bestandteil der strategischen Kommunikation. So wird *WhatsApp* genutzt, um Multimediainhalte inkl. *YouTube*-Links zu versenden (vgl. Bursztyn und Birnbaum 2019) und es gibt Hinweise, dass deutsche Rechtsterrorist:innen Anschläge über *Telegram* planten (vgl. Machowecz u.a. 2018). Auch wenn *WhatsApp* grundsätzlich weiterverbreitet ist, scheint aktuell *Telegram* einer der zentralen Kommunikationsorte für die Rechtsaußenszene zu sein. Bei direktem Vergleich der beiden Instant Messenger wird deutlich, dass dies mit der technischen Plattformarchitektur begründet werden kann.

### *3.2 Vergleich der Plattformaffordanzen: WhatsApp und Telegram*

Der cloudbasierte Instant-Messaging-Dienst *Telegram* ist seit 2013 öffentlich verfügbar. Den Gründern gehörte bis 2014 auch das russische Soziale Netzwerk *VK*. Nach eigenen Angaben hat der Instant Messenger 400 Mio. aktive monatliche Nutzer:innen (vgl. Statista 2020). Wie Abbildung 1 zeigt, nutzen weitaus weniger Personen *Telegram* als *WhatsApp*. Trotzdem wird im direkten Vergleich der beiden Plattformen deutlich, dass *Telegram* gegenüber *WhatsApp* einige zentrale Vorteile für extremistische Akteure hat, die auch die Popularität innerhalb der Rechtsaußenszene erklären. *Telegram* ist, im Gegensatz zu *WhatsApp*, ein Cloud Messenger und erlaubt es, die Inhalte über verschiedene Geräte hinweg zu synchronisieren sowie alle gesendeten Dateien (Größe je Datei bis zu 1,5 GB) in der Cloud zu speichern und nachträglich abzurufen (vgl. Telegram 2020). Beide Messenger bieten die Möglichkeit, über Gruppen und Privatchats miteinander zu kommunizieren; jedoch ist die maximale Gruppengröße bei *WhatsApp* begrenzt auf 256 Teilnehmende. Telegram hingegen unterscheidet auf einer weiteren Strukturebene zwischen Kanälen, in welchen nur die Administrator:innen posten können, Gruppen, in welchen alle Mitglieder kommunizieren können, und Privatchats. Für Kanäle besteht keine Beschränkung hinsichtlich der Abonnierendenzahlen.[1] Die Abonnent:innen können zwar selbst keine Inhalte in einem Kanal posten, jedoch besteht die Option, je nach Einstellung, per Kommentar oder Emoji auf die Posts zu reagieren. Kanäle können öffentlich – per Suchfunktion auffindbar und frei zugänglich – oder privat – nur per Einladungslink zugänglich – sein. Zudem können Kanäle vollkommen anonym verwaltet werden. In Gruppen können zwar alle Mitglieder posten, jedoch ist die Anzahl der Mitglieder auf 200Tsd limitiert. Wie Kanäle können Gruppen sowohl öffentlich als auch geschlossen sein. *WhatsApp*-Gruppen sind zwar grundsätzlich auch nur mit dem entsprechenden Link einsehbar, da es keine Suchfunktion innerhalber der Plattform gibt. Jedoch konnten Forscher:innen zeigen, dass *Google* Links zu *WhatsApp*-Gruppen indiziert und mit dem entsprechenden Suchbegriff private Information über Gruppenchats öffentlich zugänglich sind (vgl. Rösler u.a. 2018). Außerdem steht *WhatsApp* wiederholt in der Kritik, die Inhalte der Nutzer:innen kommerziell zu nutzen, an *Facebook* zu übermitteln und Werbedienste anzubieten (vgl. Wagner 2020).

Darüber hinaus unterstützt *Telegram* verschiedene Optionen zur anonymen Kommunikation. Während in *WhatsApp* die Handynummer und gegebenenfalls sogar ein Name angezeigt werden, wird *Telegram* über einen frei wählbaren Alias genutzt, welcher vergleichbar zu *Twitter* mittels ‚@' adressiert werden kann. Die Einstellung ‚geheim' für Chats verhindert, dass die Inhalte in der *Telegram*-Cloud gespeichert werden und nur die involvierten Personen können die gesendeten Nachrichten einsehen; auch eine Weiterleitung der Nachrichten ist nicht möglich. Zudem gibt es die Option, eigene Nachrichten und alle damit verbundenen technischen Informationen automatisch innerhalb eines gewissen Zeitintervalls vollständig

zu löschen, so dass ein nachträgliches Auffinden nicht möglich ist (vgl. Telegram 2020). Diese Möglichkeiten tragen maßgeblich zur Attraktivität des Instant Messengers bei. „Da Telegram als sicherer Messenger gilt, zu dessen Inhalten Behörden keinen Zugang haben, findet der Dienst auch bei Dissidenten oder Terrorgruppen häufige Verwendung" (Wagner 2020: 40).

Insgesamt wird deutlich, dass *Telegram* zwar im Hinblick auf die Grundfunktionalitäten wie ein klassischer Instant Messenger strukturiert ist, aber durch die Kanal- und Gruppenoptionen auch zentrale Funktionen großer Sozialer Medienplattformen beinhaltet und daher eher einen Hybridcharakter einnimmt. Durch die technische Architektur fungiert *Telegram* als verhältnismäßig stabiler und sicherer Raum für extremistische Inhalte und Kommunikation – sowohl intern als auch extern – und unterstützt den Aufbau von Netzwerken sowie die Rekrutierung neuer Mitglieder (vgl. Clifford und Powell 2019: 5).

### *3.3 Rechtsaußen Inhalte und Themen auf* Telegram

Auf Basis dieser Plattformarchitektur gilt *Telegram* heute als „safe space" für Aktivist:innen der Rechtsaußenszene, in welchem extremistische Inhalte und Materialien geteilt sowie diskutiert werden können (Guhl und Davey 2020: 2). Betrachtungen der Inhalte zeigen ein umfangreiches Spektrum an Themen auf. Bedingt durch die Schnelligkeit der Kommunikation über den Instant Messenger enthalten viele Posts einfache Informationen zu Events und geplanten Aktionen, Kommentierungen des politischen Zeitgeschehens, Links zu anderen Kanälen/Gruppen und Websites oder eben gewaltfreie, ideologiebasierte Diskussionen (vgl. Guhl und Davey 2020). Als zentrale Motive der Rechtsaußenszene enthalten viele Posts Hassrede, Abwertungen und verbale Aggressionen gegen politische Gegner, staatliche Akteure und vor allem gegen Minderheiten, insbesondere Flüchtlinge. Im Zuge dessen werden oftmals die Überlegenheit und Vormachtstellung der Eigengruppe betont. Der Ton der Kommunikation ist geprägt durch emotionalisierende Botschaften, die gleichzeitig – im Hinblick auf die Außengruppe – empathielos und minderheitenverachtend sind (vgl. Jünger und Gärtner 2020). Außerdem wird *Telegram* genutzt zum Austausch über Waffen, der Glorifizierung von Gewalt bis hin zur konkreten Planung terroristischer Attentate in geschlossenen Gruppen (vgl. Guhl und Davey 2020; Machowecz u.a. 2018). Es werden Anleitungen geteilt, mittels welcher sich einzelne Personen auf Gewaltakte vorbereiten können, und Strategiedokumente zum online- wie offline (Kommunikations-)Verhalten verbreitet.

Gruppen und Kanäle können hinsichtlich ihrer Funktion und Inhalte unterschieden werden. Gruppen ermöglichen in erster Linie schnelle Kommunikation und Austausch, die, basierend auf der Prämisse eines gemeinsamen Interesses oder einer geteilten (politischen) Einstellung, ein Gefühl der Zusammengehörigkeit suggerieren und dadurch gegebenenfalls die Entwicklung einer gemeinsame Gruppenidentität fördern können. Die Stär-

kung der Gruppenbindung bei gleichzeitiger Abgrenzung nach Außen ist ein essenzieller Bestandteil von Radikalisierungsprozessen. Funktionen und Inhalte von Kanälen sind umfangreicher, aber auch klarer zu strukturieren (vgl. Dittrich u.a. 2020): (1) Influencer:innen der Rechtsaußenszene nutzen ihre Kanäle als Bühne, um ihre Einordung des (politischen) Zeitgeschehens zu publizieren, zu Aktivitäten zu mobilisieren, um Links oder auch Details über ihr Privatleben zu teilen. Diese Möglichkeit der digitalen Teilhabe erzeugt Nähe zur postenden Person und kann so die Gruppenbindung stärken. Die größten, öffentlichen Kanäle (Anzahl der Follower) der deutschsprachigen Rechtsaußenszene sind Influencer:innen-Kanäle. (2) Viele Kanäle – in der Regel jeweils auf ein einzelnes Thema fokussiert – enthalten ideologiebasierte Unterhaltung und Informationen zu Alltagsthemen, wie beispielsweise Musik und Bandinformationen, Kochrezepte (z.B. Kuchen im Deutschlandflaggendesign), Bilder (z.B. Gemälde von Adolf Hitler). (3) Kanäle werden zur strategischen Vermarktung eingesetzt, indem bestimmte Inhalte, wie beispielsweise Memes, gepostet werden, mit dem Ziel, dass sich diese in möglichst vielen Gruppen und Kanälen verbreiten. Auch ökonomische Vermarktung, beispielsweise in Form von Versandshops für Kleidung, erfolgt in *Telegram*-Kanälen. (4) Die Vernetzung wird unterstützt durch sogenannte ‚Shout-out-Kanäle'[2] – Kanäle, die ausschließlich Links zu anderen *Telegram*-Gruppen und -Kanälen enthalten und so zur gezielten Bewerbung und Verbreitung halb-geschlossener Inhalte innerhalb der Szene beitragen. (5) Politische Parteien sowie (6) rechte, alternative Nachrichtenseiten nutzen *Telegram*, um ihre Inhalte zu verbreiten. Darüber hinaus gibt es (7) Kanäle, die ausschließlich als Nachrichtenaggregatoren fungieren, indem sie automatisiert Links zu spezifischen Nachrichtenseiten posten. Es wird deutlich, dass eine große inhaltliche Vielfalt auf *Telegram* besteht, die einerseits durch die Hybridität des Mediums gefördert wird, in erster Linie aber vermutlich mit dem geringen Löschumfang erklärt werden kann.

### *3.4 Forschungsleitende Fragestellung*

*Telegram* ist essenzieller Bestandteil der medialen Vernetzung der Rechtsaußenszene. Inhalte und Links werden häufig über zahlreiche Kanäle und Gruppen verbreitet. Dadurch kann *Telegram* zu einem gewissen Anteil die Transnationalisierung von Rechtsaußengruppierungen fördern und möglicherweise auch zu dem globalen Erstarken und der Radikalisierung der Rechtsaußenszene beitragen. Jedoch fungiert *Telegram* hierbei lediglich als ein Bestandteil von vielen und es gibt bisher nur wenig empirisch gestützte Betrachtungen zur Relevanz von *Telegram* für die Rechtsaußenszene. In einer der ersten Studien zu diesem Thema analysieren Urman und Katz (2020) die internationale Vernetzung der Nutzer:innen über verschiedene Kanäle hinweg und zeigen, dass die Rechtsaußenszene auf *Telegram* hochgradig dezentral agiert und sich in zahlreiche, distinkte Communities gliedert. Darüber hinaus zeigt

die Studie, dass in Folge eines umfangreichen Deplatformings im April/Mai 2019, im Rahmen welcher *Facebook* und *Instagram* einen großen Anteil rechtsextremistischer Accounts löschten, die Nutzung von *Telegram* – Anzahl der Gruppen/Kanäle und der Nutzer:innen – enorm zunahm.

Die aktuelle Präsenz des Instant Messengers im öffentlichen Diskurs (vgl. z.B. Barthels 2020; Jünger und Gärtner 2020) weist weiterhin auf eine hohe Zunahme der Relevanz hin. Jedoch ist bisher keine Studie publiziert, die die Präsenz und die Entwicklung der deutschsprachigen Rechtsaußenszene auf *Telegram* empirisch untersucht. Auch hinsichtlich der von der Rechtsaußenszene über *Telegram* verbreiteten Inhalte und Links – vor allem im Hinblick auf die steigende Bedeutung alternativer Sozialer Medien – ist bisher wenig bekannt. Aus diesem Grund formuliert der Beitrag folgende forschungsleitende Fragestellung:

Wie aktiv ist die Rechtsaußenszene auf Telegram, welche Websites und soziale Medien werden innerhalb der Rechtsaußenszene über Telegram geteilt und wie wirken sich die jüngsten Deplatformingaktionen darauf aus?

## 4. Methode: Daten und Messung

Für die Erhebung der Daten wurde zunächst manuell eine Liste bekannter Akteure der Rechtsaußenszene mit *Telegram*-Kanälen erstellt. Diese Kanäle wurden auf Hinweise zu weiteren Kanälen und Gruppen untersucht und so mittels eines iterativen Schneeballverfahrens eine Liste[3] von 648 öffentlich zugänglichen *Telegram*-Kanälen und Gruppen erstellt.[4] Anschließend wurde die Liste auf Basis folgender Kriterien bereinigt: In das Sample wurden nur Kanäle und Gruppen aufgenommen, die eindeutige Bezüge zur Rechtsaußenszene aufwiesen, beispielsweise durch Verbreitung von (Neo-) Nazi-Symbolen (vgl. Richardson und Wasser 2020), rechtsradikalen oder -extremen Motiven oder Themen, wie Rassismus, Nationalismus, Xenophobie, Nativismus und Demokratiefeindlichkeit (vgl. Sterkenburg 2019). Zudem wurden alle Listeneinträge gelöscht, die nicht primär deutschsprachig waren, thematisch zu eingeschränkt publizierten (z.B. Fototagebücher, Versandhandel, Rezeptkanäle, Bands), bot-ähnlich agierten und ausschließlich Inhalte einer spezifischen Website weiterleiteten (z.B. Kanäle von Nachrichtenwebsites) sowie Shoutout-Kanäle (reine Linksammlungen).

Für diese Liste wurden rückwirkend jeweils alle verfügbaren Inhalte der Kanäle und Gruppen über die *Telegram* API gescraped mittels eines angepassten Pythonskripts, das von Yousefi (2019) zur Verfügung gestellt wurde und die library Telethon (Lonami 2019) verwendet. Datenaufbereitung und -auswertung erfolgten mit R (R Core Team 2020) und Python (van Rossum und Drake 2009). Mit Bezug auf die Fragestellung wurden die folgenden Variablen auf Ebene eines einzelnen Posts aus den Daten extrahiert und für die Analyse aufbereitet:

- *ID* – eine mehrstellige, spezifische Identifikationsnummer;
- *Datum* – reduziert auf die tagesgenaue Angabe (Format: TTMMYYYY);
- *Views* – Zahl, die widerspiegelt, wie viele Personen einen Post in einem Kanal gesehen haben, Angabe ist nur für Kanäle und nicht für Gruppen sowie nicht kontinuierlich für alle Posts verfügbar;
- *URL* – in Posts enthaltene Links wurden extrahiert, auf Domain Name plus Top-Level-Domain reduziert und sofern sinnvoll zusammengefasst (z.B. you.tu zu youtube.com).

Das finale Sample enthält 563.120 Posts in 179 Kanälen und 513.805 Posts in 80 Gruppen. Der zeitliche Rahmen variiert je nach enthaltenen Posts der Kanäle und Gruppen. Grundsätzlich erlaubt *Telegram* das rückwirkende Sammeln aller verfügbaren Inhalte, das heißt der zeitliche Rahmen repräsentiert den Aktivitätszeitraum eines Accounts. Der am längsten aktive Kanal veröffentlichte seinen ersten Post im Mai 2016, sodass das Sample insgesamt den Zeitraum 30.5.2016 – 31.10.2020 abdeckt (siehe Abb. 2). Die Kanal- und Gruppengrößen[5] im Sample variieren enorm: die größte Einheit ist ein Kanal mit 158.000[6] Abonnent:innen und die kleinste Einheit eine Gruppe mit 7 Teilnehmer:innen. Abbildung 2 zeigt die Anzahl der Kanäle und Gruppen im Zeitverlauf auf Basis jeweils des Datums des ersten Posts.

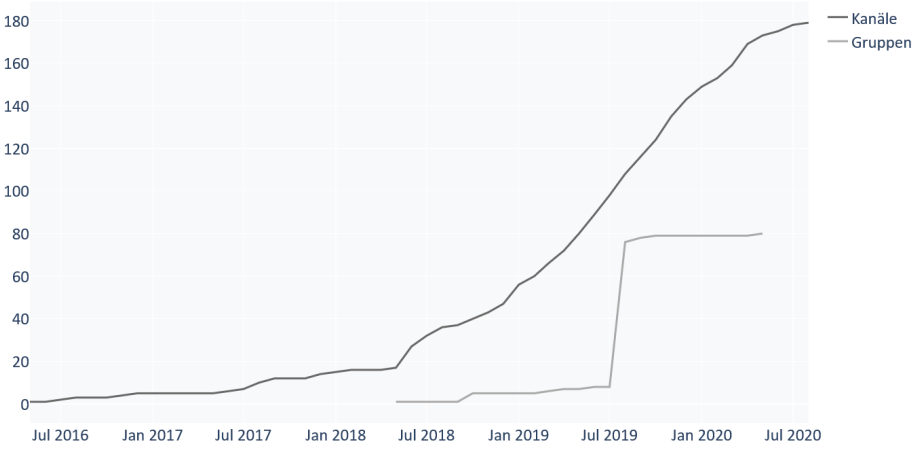


**Abb. 2:** Anzahl Kanäle und Gruppen im Zeitverlauf.

## 5. Ergebnisse

Der Ergebnisteil betrachtet zunächst die Entwicklung der Präsenz der Rechtsaußenszene auf *Telegram* im Zeitvergleich. Anschließend wird erläutert, welche Websites und sozialen Medien über Telegram verbreitet werden und inwiefern sich Deplatformingaktivitäten möglicherweise im Telegram-Nutzungsverhalten widerspiegeln.

### *5.1 Präsenz der Rechtsaußenszene auf* Telegram

Der zeitliche Verlauf der Kanäle und Gruppen (Abb. 2) zeigt, dass die deutschsprachige Rechtsaußenszene spätestens ab Mai 2016 *Telegram* als Medium zur Informationsverbreitung entdeckt hat. Auch wenn es möglicherweise bereits vorher Rechtsaußenkanäle gab, legt der langsame Anstieg in 2017 und der ersten Hälfte 2018 (Anzahl < 20) nahe, dass *Telegram* zunächst keine große Bedeutung zugesprochen wurde. Eine erste sprunghafte Zunahme erfolgte im Mai/Juni 2018 – insgesamt vervierfachte sich die Anzahl der Kanäle von Januar 2018 bis Januar 2019. In der darauffolgenden Zeit stieg die Relevanz von *Telegram* scheinbar rasant und die Anzahl der Kanäle nahm linear zu, bis sie im Juli 2020 eine Art Plateau erreichte. Seit Juli 2020 hat sich die Anzahl öffentlicher Kanäle kaum verändert. Ganz anders verhält sich die Relevanz öffentlicher Gruppen, soweit rückwirkend nachvollziehbar: Die älteste, heute noch aktive Gruppe besteht seit Mai 2018 – parallel zu der sprunghaften Zunahme der Kanäle. Im September 2018 wuchs die Anzahl der Gruppen auf fünf, bis Juli 2019 jedoch lediglich auf acht. Im Zeitraum Juli bis August 2019 stieg die Anzahl der Gruppen plötzlich von acht auf 76. Seitdem lässt sich nur eine geringe Zunahme beobachten und bis Oktober 2020 entstanden nur vier weitere, neue Gruppen. Die bloße Anzahl der Kanäle und Gruppen gibt jedoch lediglich einen ersten Hinweis auf die Präsenz der Rechtsaußenszene auf *Telegram*.

Zur Entwicklung der tatsächlichen Aktivität innerhalb der Gruppen und Kanäle zeigt Abbildung 3 die Anzahl der Posts pro Monat im Zeitvergleich. Bereits auf den ersten Blick wird deutlich, dass sich das Aktivitätslevel gemessen an der Anzahl der Posts enorm von der zeitlichen Veränderung der Kanäle/Gruppen-Anzahl unterscheidet.

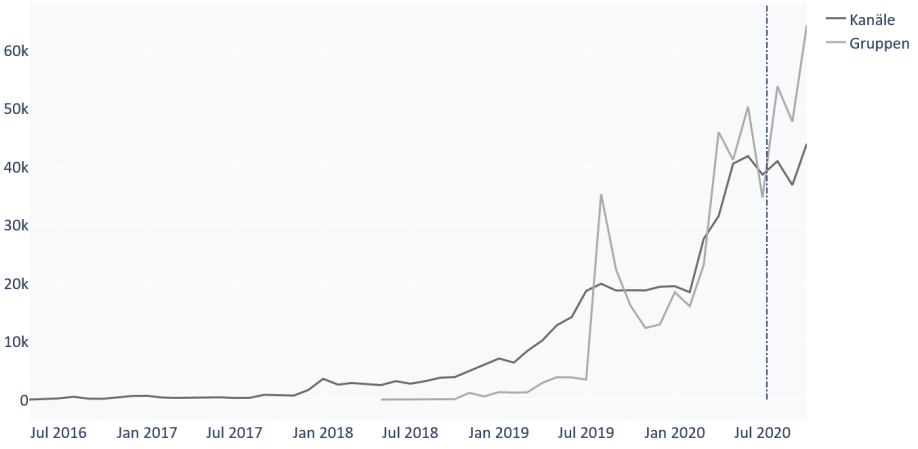


**Abb. 3:** Anzahl der Posts im Mittelwert pro Monat nach Kanälen und Gruppen im Zeitverlauf.

Zwar steigt die Aktivität in den Kanälen anfangs auch nur langsam – Mai 2016 bis August 2017 werden im Durchschnitt circa 300 Posts pro Monat publiziert, im September 2017 steigt die Anzahl der Posts auf 800. Jedoch erfolgt die erste starke Zunahme der Postingaktivitäten im Dezember 2017/ Januar 2018 auf plötzlich 3561 Posts. Die rasante Zunahme der Kanäle und die Entstehung der Gruppen in Mai/Juni 2018 hat keinen großen Effekt auf das Postingverhalten. Circa ab August 2018 nimmt die Menge der Posts stetig zu und erreicht im August 2019 mit ~20 Tausend Posts einen ersten Höhepunkt. Ab Februar 2020 nehmen die Postingaktivitäten massiv zu und werden im Zeitraum bis Oktober mehr als verdoppelt.

Das Aktivitätslevel innerhalb der Gruppen verhält sich zu Beginn analog der Anzahl der Gruppen und der massive Anstieg im Juli/August 2019 hat auch eine nahezu identische hohe Zunahme an Posts innerhalb der Gruppen zur Folge (je ~Faktor 10). Doch scheinbar hielt die Euphorie nur kurz und der Kommunikationsumfang innerhalb der Gruppen nimmt schnell wieder ab. Erst ab Februar 2020 steigt der Austausch in den Gruppen wieder enorm – mit Ausnahme einer kurzen Abnahme im Juli – bis zu einem Maximum mit 64.000 Nachrichten im Oktober 2020. Ab März 2020 übersteigt der Kommunikationsumfang der 80 Gruppen die Aktivität der 179 Kanäle.

Im Vergleich mit Abbildung 2 zeigt sich, dass die Aktivitätsbereitschaft im Jahr 2020 hinsichtlich Posting- und Unterhaltungsfrequenz massiv zugenommen hat – die Zunahme der Inhalte kann nicht mit einer Zunahme an Kanälen oder Gruppen begründet werden.

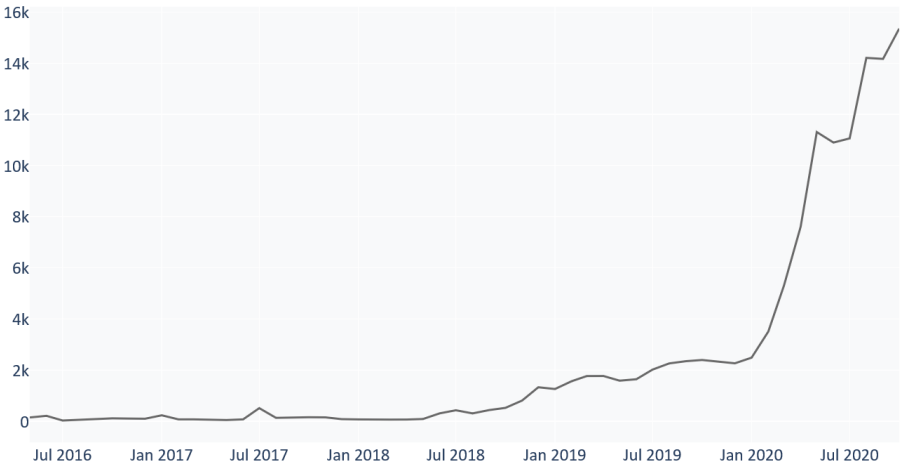


**Abb. 4:** Anzahl der Views; Mittlerwert pro Monat (nur Kanäle).

Die tatsächliche Relevanz und der Wirkungsradius der Kanäle und ihrer Posts wird erst deutlich durch die Reichweite der Kanäle gemessen anhand der durchschnittlichen Views pro Monat (siehe Abb. 4). Der Verlauf der Views stützt die bisherigen Ergebnisse weitgehend: frühe Phase der geringen Präsenz bis Mitte 2018, langsamer aber kontinuierlicher Anstieg bis Ende 2019,

massive Zunahme in 2020. Gleichzeitig übersteigt der Anstieg der Reichweite ab Juni 2020 die Entwicklung der Anzahl der Kanäle und ihrer Posts: bis Mai scheint der Anstieg mit Blick auf den Median (nicht abgebildet) auf wenige reichweitenstarke Posts zurückzuführen. Seit Juni 2020 jedoch steigt die Reichweite der Rechtsaußenkanäle enorm und erreicht im Oktober 2020 einen Höchstpunkt mit 15.000 Views im Durchschnitt (Median = 7.000).

### *5.2 Präsenz externer Inhalte: Websites und soziale Medien*

Von den knapp 1,1 Millionen Posts des Gesamtsamples enthalten 26,3% mindestens eine URL. Insgesamt enthält der Datensatz 283.000 Links zu externen Inhalten und Websites, wobei der überwiegende Anteil (223.000) in Kanälen veröffentlicht wird. Da Kanäle, die ausschließlich Links enthalten (z.B. Shoutout-Kanäle und Nachrichtenaggregatoren), von der Erhebung ausgeschlossen wurden, zeigt dies bereits die Nutzung und Relevanz von *Telegram* als Verbreitungsmedium. Abbildung 5 visualisiert die Frequenz aller URLs, die häufiger als tausendmal verlinkt wurden (33). Die Videoplattform *YouTube* (72.000) wird mit großem Vorsprung am häufigsten referenziert, *Twitter* folgt an zweiter Stelle (54.000) – die anderen Websites werden seltener als 9.000 mal verlinkt. Videoinhalte werden besonders häufig verbreitet, da neben *YouTube* auch *Invidio.us* und *BitChute* als *YouTube*-Alternativen verlinkt werden. Die Betrachtung der übrigen URLs zeigt, dass externe Verlinkungen, wenn nicht auf soziale Medien, nahezu ausschließlich entweder auf traditionelle Nachrichtenwebsites oder rechte, alternative Medieninhalte verweisen. Die Präsenz alternativer Medienangebote (~57.000) überwiegt dabei die Präsenz traditioneller Nachrichten (~34.000).

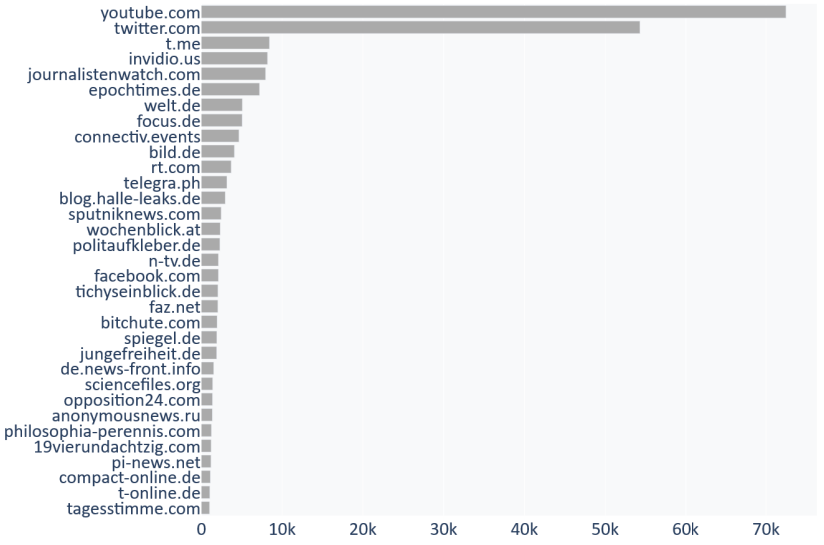


**Abb. 5:** Anzahl der Websites mit Minimum 1000 Verlinkungen.

Für die Abbildung 6 wurden alle Verlinkungen > 100 in sechs Kategorien[7] sortiert und ihre Frequenz im Zeitverlauf visualisiert. Die Kategorien umfassen *Soziale Medien, Alternative Plattformen, Traditionelle Nachrichten, Alternative Medien, Verschwörungswebsites* und *Sonstiges*. Grundsätzlich steigt die Anzahl der Verlinkungen im Zeitverlauf ungefähr analog der Präsenz der Rechtsaußenszene auf *Telegram*. Den größten Zuwachs verzeichnen Soziale Medien, wobei dies primär durch *YouTube* und *Twitter* zu begründen ist. Alternative Plattformen gewannen März/April 2019 besonders an Relevanz – seitdem bleibt die Anzahl der Verlinkungen, mit Ausnahme kleiner Schwankungen, jedoch auf etwa demselben Niveau. Die Referenzen zu alternativen Medien verdreifachen sich von Mai bis Juli 2019 und nehmen lediglich in der ersten Jahreshälfte 2020 ab. Scheinbar steigt das Informationsbedürfnis in diesem Zeitraum, da die Verlinkungen traditioneller Nachrichtenangebote in diesem Zeitrahmen stärker zunehmen und im August 2020 häufiger verlinkt werden als alternative Medieninhalte. Mit Ausnahme von August 2020 lässt sich jedoch beobachten, dass alternative Medienangebote über den gesamten Untersuchungszeitraum häufiger verlinkt werden als traditionellen Nachrichtenquellen. Websites, die Verschwörungsmythen fokussieren, werden verhältnismäßig selten verlinkt.

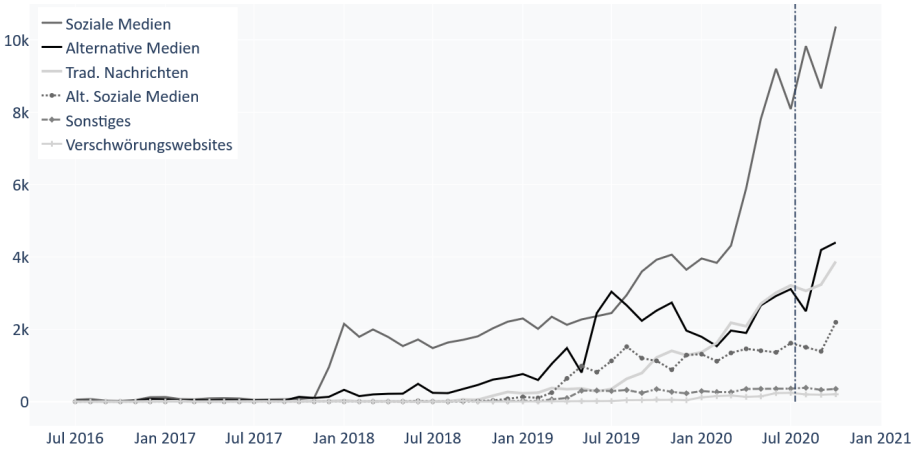


**Abb. 6:** Verlinkungen im Zeitvergleich nach Kategorie.

### *5.3 Auswirkungen von Deplatformingaktivitäten*

Jeweils in Abbildung 6 und Abbildung 3 wurde der 10. Juli 2020 in Form einer Gerade markiert, da an diesem und den darauffolgenden Tagen die Plattformen *Twitter*, *TikTok* und *YouTube* nahezu alle Accounts der Identitären Bewegung (IB) löschten. Die Anzahl öffentlicher Kanäle und Gruppen stieg in Folge dessen nicht. Auch die Anzahl der Posts in den Kanälen nahm nicht zu – lediglich die Kommunikation in den Gruppen stieg. Dieser

Anstieg kann jedoch auch mit aktuellen Ereignissen im August 2020 zusammenhängen, wie den zahlreichen Demonstrationen und der kurzzeitigen Belagerung der Reichstagstreppe. Im Gegenteil, die Verlinkungen zu sozialen Medien – insbesondere zu *Twitter* und *YouTube* – stieg im Nachgang des Deplatformings und die Anzahl der Verlinkung alternativer Plattformen nahm ab.

Um zu prüfen, ob das Gesamtsample mögliche Effekte überdeckt, wurde ein Subsample erstellt, das 81 Kanäle und Gruppen enthält, die eine Zugehörigkeit oder direkte ideologische Unterstützung der IB präsentieren. Doch auch hier treten keine außergewöhnlichen Veränderungen innerhalb der öffentlichen Kommunikation auf: Sowohl die Verlinkungen sozialer Medien als auch der Umfang der Gruppenkommunikation steigen lediglich minimal. Einzig die Reichweite der Posts innerhalb der Kanäle steigt im August kurzfristig enorm von 3500 Views im Juli zu 25.000 Views im August, sinkt danach jedoch wieder stark. Insgesamt ist in der öffentlichen *Telegram*-Kommunikation innerhalb der untersuchten Inhalte der Rechtsaußenszene kein Effekt dieser Deplatformingaktion zu erkennen.

## 6. Diskussion

Durch den öffentlichen Diskurs und aktuelle Deplatformingaktivitäten motiviert, betrachtete die vorliegende Studie folgende forschungsleitende Fragestellung: Wie aktiv ist die Rechtsaußenszene auf *Telegram*, welche Websites und soziale Medien werden innerhalb der Rechtsaußenszene über Telegram geteilt und wie wirken sich die jüngsten Deplatformingaktionen darauf aus? Die drei Kernpunkte der Fragestellung – Aktivität & Präsenz, Plattformverlinkungen und Deplatformingeffekte – wurden mittels einer deskriptiven, quantitativen Exploration von insgesamt 259 *Telegram*-Kanälen und Gruppen der deutschsprachigen Rechtsaußenszene adressiert.

Aktivität und Präsenz der Rechtsaußenszene auf *Telegram* wurden, jeweils im Zeitverlauf, hinsichtlich der Anzahl der Kanäle/Gruppen, Anzahl der in den Kanälen/Gruppen publizierten Posts sowie der monatlichen Reichweite der Posts in Kanälen betrachtet. Die Ergebnisse dieser drei Aspekte zusammenfassend, lässt sich darauf hinweisen, dass die Aktivität und Präsenz auf *Telegram* in grobe drei bis vier Phasen eingeteilt werden kann: Phase 1 (2016–2017): die Entdeckung *Telegrams* als Kommunikationskanal mit einer langsamen Zunahme aktiver Kanäle, die zwar regelmäßig, aber nicht mit hoher Frequenz Inhalte publizieren. Phase 2 (Jan. 2018 – Feb. 2019): sprunghafte Zunahme der Postingfrequenz im Januar, sprunghafte Zunahme neuer Kanäle und die Entstehung der ersten Gruppen, vermutlich in Folge der Nutzungsempfehlung des *Daily Stormers* (vgl. Schwarz 2020). Phase 3: Ab März/April 2019 steigen die Postingfrequenz sowie die Anzahl der Websiteverlinkungen rasant und im August 2019 springt die Anzahl der Gruppenneugründungen von 8 auf 76, so dass vermutet werden kann, dass dies die Folge einer strategischen Entscheidung

war, *Telegram* künftig aktiv zur Kommunikation zu verwenden. Diesen starken Zuwachs in 2019 finden auch Urman und Katz (2020) in ihrer Untersuchung internationaler Telegraminhalte. Phase 4: seit Februar 2020, mit Beginn der COVID19-Pandemie in Deutschland, ist die Postingfrequenz in Gruppen und Kanälen massiv gestiegen bei gleichbleibendem linearem Wachstum der Kanäle; vermutlich in Folge des öffentlichen, journalistischen Diskurses hinsichtlich der Bewegung der Pandemieleugner sowie ihrer Aktivitäten auf *Telegram* ist zudem die Reichweite der Posts ab Juni nahezu exponentiell gestiegen, obwohl die Postingfrequenz innerhalb der Kanäle ab Juni abnimmt. Einerseits kann dies ein Indikator für eine zunehmende *Telegram*-Nutzung der Rechtsaußenszene sein. Andererseits können die Posts öffentlicher Kanäle auch ohne aktives Folgen derselben eingesehen werden. Aus diesem Grund kann auch vermutet werden, dass Personen, die keine rechtsaußen Gesinnung unterstützen die Inhalte dieser rezipieren – sei es zur Unterhaltung oder zur Überwachung.

Die Analyse der Website- und Plattformverlinkungen zeigt eine außerordentliche Relevanz der Social Media Plattformen *YouTube* und *Twitter* für die Rechtsaußenszene, sowie insgesamt videobasierter Inhalte. Die große Präsenz von Influencer:innen und Aktivist:innen der Rechtsaußenszene auf *YouTube* wurde sowohl im internationalen (vgl. Lewis 2018) als auch im deutschsprachigen Kontext (vgl. Rauchfleisch und Kaiser 2020) bereits zuvor gezeigt. Während *YouTube*, auf Basis der implementierten Empfehlungssysteme, nachweislich Radikalisierungsdynamiken fördern kann (vgl. Schmitt u.a. 2018) sowie einen Mehrwert hinsichtlich Rekrutierung, Mobilisierung und Monetarisierung bietet, dient *Twitter* der Rechtsaußenszene vor allem als Plattform für strategische Kommunikation hinsichtlich Diskursverzerrung, Diskursdisruption und Gewinnung der Diskurshoheit (vgl. Ahmed und Pisoiu 2019). Alternative soziale Plattformen scheinen in der deutschsprachigen Rechtsaußenszene ein Nischenphänomen zu sein – von den vielen Angeboten wird allein *BitChute* häufiger verlinkt. Die noch recht junge Videoplattform *BitChute* verbreitet primär Videos, die Verschwörungsnarrative, Antisemitismus und Hassrede enthalten (vgl. Trujillo u.a. 2020). Neben Sozialen Medieninhalten werden über *Telegram* nahezu ausschließlich Onlinenachrichten mittels externer Verlinkungen verbreitet. Vor allem rechte, alternative Medienangebote werden im großen Umfang über *Telegram* verbreitet und traditionellen Nachrichten als Informationsquelle vorgezogen. Alternative Nachrichtenmedien sind elementarer Bestandteil der deutschsprachigen Rechtsaußenkommunikation (vgl. Schulze 2020), entwickeln zunehmend Interdependenzen mit der parlamentarischen Rechten (vgl. Haller 2018) und inszenieren sich als notwendiges, (selbst-)empfundenes Korrektiv des als politisch eingeschränkt wahrgenommenen, dominanten ‚Mainstreamdiskurs' (vgl. Holt u.a. 2019).

Da *Telegram* oft als ‚sicherer Hafen' für deplatformierte Extremist:innen beschrieben wird, wurde im dritten Teil der Analyse untersucht, ob sich die Deplatformingaktivitäten von *Twitter*, *YouTube* und *TikTok* im Sommer 2020 auf *Telegram* widerspiegeln. Die Ergebnisse zeigen hier ein relativ einheit-

liches Bild: Nein, innerhalb der untersuchten Kanäle und Gruppen ist kein Effekt dieser Deplatformingaktion zu erkennen. Die Veränderungen der *Telegram*-Präsenz der Rechtsaußenszene in 2020 ist primär mit der angespannten politischen und gesellschaftlichen Lage zu erklären. Der kurzfristige Anstieg der Gruppenkommunikation im August 2020 ist vermutlich eher eine Folge der zahlreichen Demonstrationen sowie des Reichstagstreppenvorfalls. Die Tatsache, dass auch die fokussierte Analyse des Subsamples keine messbare Auswirkung zeigt, kann möglichweise damit erklärt werden, dass ein Großteil der aktivistischen, deutschsprachigen Rechtsaußenszene bereits zuvor auf *Telegram* aktiv war.

Dieser Erklärungsansatz wird plausibler bei Betrachtung der Entwicklungen in 2019, die eventuell als Folge von Deplatformaktionen bewertet werden können. Wie bereits von Urman und Katz (2020) in ihrer Analyse internationaler Rechtsaußenkommunikation auf *Telegram* erkannt und diskutiert, weisen die Veränderungen der Präsenz und des Aktivitätsumfangs in 2019 auf eine strategische Neuorientierung der Kommunikation zumindest einzelner, deutschsprachiger Rechtsaußengruppierungen hin. Auch wenn der kausale Zusammenhang hier nicht nachgewiesen werden kann, folgte diese Entwicklung direkt auf die Deplatformingaktivitäten von *Facebook* und *Instagram* im Frühjahr 2019. Bei Betrachtung der Reichweite der Posts sowie der Anzahl der Kanal- und Gruppenabonnent:innen (Spanne 7 – 158.00) zeigt sich, dass, trotz der massiven Zunahme in 2020, die deutschsprachige Rechtsaußenszene auf *Telegram* bei Weitem nicht die Reichweite wie auf *Facebook* und *YouTube* erreicht, wo Videos und Kanäle schnell von Hunderttausenden, zum Teil sogar Millionen, rezipiert und abonniert werden.

Im Folgenden sollen nun noch kurz die zentralen Limitationen der vorliegenden Studie adressiert werden. Die größte Limitation basiert auf dem Sampling. Die Sammlung relevanter Accounts und Kanäle auf Basis des Schneeballverfahrens ist zwar kaum anderweitig zu bewerkstelligen, trotzdem kann die Erhebung nicht die Grundgesamtheit der Rechtsaußenpräsenz auf *Telegram* repräsentieren, weshalb die Ergebnisse nicht verallgemeinerbar sind, sondern lediglich eine Annäherung darstellen. Politisch radikale und extremistische Bewegungen sind nahezu immer hochgradig dispers und heterogen, weswegen eine Verallgemeinerung oder vollständige Erfassung vermutlich nie möglich sein kann. Zudem ist die rückwirkende Datenerhebung immer problematisch, da nicht ausgeschlossen werden kann, dass Inhalte zwischendurch gelöscht wurden. Die Datenlage und die technische Architektur *Telegrams* lassen vermuten, dass der hierdurch entstandene Bias minimal und zumindest nicht systematisch ist, jedoch kann nicht ausgeschlossen werden, dass die Ergebnisse bei paralleler Datenerhebung anders aussehen würden. Darüber hinaus führt die fehlende inhaltsanalytische Betrachtung der Posts dazu, dass verschiedene Schlussfolgerungen zur Verortung der skizzierten Veränderungen ausschließlich auf hypothetischer Ebene erfolgen können. Außerdem können keine Aussagen über die Nutzer:innen der Kanäle/Gruppen gemacht wer-

den oder darüber, wie sie die Inhalte der Posts und der Verlinkungen rezipieren.

## 7. Fazit und Ausblick

Der vorliegende Beitrag betrachtete auf Basis einer explorativen, deskriptiven Analyse die Relevanz von *Telegram* als Teil des *Dark Social* und alternativer Plattformen für die deutschsprachige Rechtsaußenszene. Die Längsschnittanalyse von *Telegram*-Kanälen und -Gruppen untersucht die Präsenz der Rechtsaußenszene auf *Telegram*, welche Websites für rechtsaußen Aktivist:innen besonders relevant sind und inwiefern sich die jüngsten Deplatformingaktionen im Verhalten auf *Telegram* widerspiegeln. Im Hinblick auf die Ergebnisse und die Diskussionen können einige zentrale Erkenntnisse abgeleitet werden.

Die Aktivitäten und Präsenz von Rechtsaußenkanälen und -gruppen haben im Verlauf von 2016 bis 2020 enorm zugenommen. Vor allem in 2020 sind die Frequenz sowie die Reichweite der Posts nahezu exponentiell gestiegen. Im Gegensatz dazu ist die Anzahl der Kanäle und Gruppen nicht im gleichen Umfang gestiegen, das heißt, wenige Personen kommunizieren wesentlich aktiver. Es ist unklar, ob und inwiefern sich dieser Trend fortsetzt. Jedoch kann insgesamt festgestellt werden, dass *Telegram* aktuell einer der wichtigsten Onlinekommunikationskanäle für die deutschsprachige Rechtsaußenszene ist.

Die angewendeten Analyseverfahren konnten für 2020 kaum Deplatformingeffekte auf *Telegram* aufzeigen bzw. messen. Eine mögliche Erklärung hierfür ist, dass ein Großteil der aktivistischen, deutschsprachigen Rechtsaußenszene bereits zuvor auf *Telegram* aktiv war. Schließlich deutet die rasche Zunahme von Gruppenneugründungen in 2019 auf eine konzertierte Aktion und damit strategische Entscheidungsprozesse zur Verbreitung der Onlinekommunikation mittels *Telegram*.

Die große Attraktivität von *Telegram* für Rechtsaußenkommunikation liegt begründet in der technischen Plattformarchitektur. Das hohe Level an Anonymität, das *Telegram* ermöglicht – eigentlich mit dem Ziel freie Meinungsäußerung in autokratischen Staaten zu unterstützen – wird dabei von Rechtsaußengruppierungen ausgenutzt, um extremistische und gewaltverherrlichende Inhalte sowie Hassrede zu verbreiten, gegen Minderheiten und als Gegner wahrgenommene Gruppen (z.B. Medien und Politiker:innen) zu hetzen und strategische Aktionen, auch terroristische Aktivitäten und Gewaltverbrechen, vorzubereiten.

Trotzdem hat *Telegram* auch einen entscheidenden Nachtteil: Selbst die größten Rechtsaußen-Kanäle auf *Telegram* erreichen nur einen Bruchteil der Personen, die sie auf den großen Plattformen, wie *YouTube* und *Facebook*, erreichen. Der hohe Verlinkungsumfang von *YouTube* und *Twitter* zeigt die anhaltende zentrale Relevanz großer Plattformen für strategische Rechtsaußenkommunikation im Hinblick auf die Rekrutierung, Mobilisie-

rung und Finanzierung. Daher ist Deplatforming – trotz der Existenz *Telegrams* als Rückzugsort – eine wichtige Maßnahme, um extremistische Bewegungen in ihrem Wirkungsradius zu begrenzen sowie die Verteilung und ungewollte Exposition mit extremistischen Narrativen zu minimieren und die Marginalität extremistischer Onlinepräsenz aufrecht zu erhalten.

Nachfolgende Forschung zu *Telegram* könnte diese Ergebnisse vertiefen und sowohl die geposteten Inhalte als auch die Nutzer:innen der Kanäle und Gruppen fokussieren. Untersucht werden könnten hierbei die tatsächliche Rezeption der Inhalte, die Wirkung dieser Inhalte und die Entwicklung der publizierten Inhalte vor dem Hintergrund möglicher Radikalisierungsdynamiken. Im Kontext der Radikalisierungsforschung in Onlineumgebungen zeigen die Ergebnisse zudem eine hohe Relevanz videobasierter Kommunikation sowie alternativer Nachrichtenangebote.

## Anmerkungen

1 Laut telegramlist.com hat der größte *Telegram*-Kanal ‚Hindi HD Movies' aktuell 4.3 Millionen Abonnent:innen.
2 ‚Shout-out' ist ein englischer Begriff, der – in der Umgangssprache verwendet – einen Ausdruck öffentlicher Danksagungen oder Anerkennung beschreibt.
3 Die Listenerstellung erfolgte im Zeitraum Mai – September 2020.
4 Wie im vorherigen Kapitel erläutert, bietet *Telegram* verschiedene Optionen der geschlossenen und/oder der anonymen Kommunikation – diese Inhalte werden aus Gründen ethischer Überlegungen sowie des Datenzugangs in diesem Beitrag nicht eingeschlossen. Auch personenbezogene Daten werden in der Erhebung oder Auswertung nicht berücksichtigt.
5 Die Kanal- und Gruppengrößen sind hochgradig volatil. Die hier angegebenen Daten entsprechen den Zahlen am 05.11.2020.
6 Im Folgenden werden alle Zahlen > 1000 zur Übersichtlichkeit auf die Tausenderstelle gerundet.
7 Die Entscheidung, die Verlinkungen anhand dieser Kategorien zu unterscheiden, wurde auf Basis der in Abbildung 5 enthaltenen Verlinkungen getroffen. Der niedrige Umfang der Auffangkategorie *Sonstiges* zeigt, dass die Kategorisierung die Materialverteilung gut beschreibt.

## Literatur

Ahmed, Reem und Daniela Pisoiu (2019). *How Extreme is the European Far Right: Investigating Overlaps in the German Far-right Scene on Twitter*. Dublin: VOX-Pol. URL: https://www.voxpol.eu/download/vox-pol_publication/How-Extreme-is-the-European-Far-Right.pdf [Letzter Zugriff am 7.12.2020].

Barthels, Inga (2020). Youtube und Twitter gehen gegen Identitäre Bewegung vor. *Der Tagesspiegel*, 14.7.2020. URL: https://www.tagesspiegel.de/gesellschaft/medien/

accounts-von-martin-sellner-gesperrt-youtube-und-twitter-gehen-gegen-identitaere-bewegung-vor/26004266.html [Letzter Zugriff am 7.12.2020].

Beirich, Heidi und Wendy Via (2020). *Generation Identity. International White Nationalist Movement Spreading on Twitter and YouTube*. GPAHE. URL: https://www.politico.eu/wp-content/uploads/2020/07/GPAHE-July-2020-Report.pdf [Letzter Zugriff am 7.12.2020].

Beisch, Natalie, Wolfgang Koch und Carmen Schäfer (2019). ARD/ZDF-Onlinestudie 2019: Mediale Internetnutzung und Video-on-Demand gewinnen weiter an Bedeutung. *Media Perspektiven* 9, 374–388.

Benson, Thor (2016). Inside the „Twitter for racists": Gab — the site where Milo Yiannopoulos goes to troll now. *salon.com*, 5.11.2016. URL: https://www.salon.com/2016/11/05/inside-the-twitter-for-racists-gab-the-site-where-milo-yiannopoulos-goes-to-troll-now [Letzter Zugriff am 7.12.2020].

Bjørgo, Tore und Jacob Aasland Ravndal (2019). Extreme-right violence and terrorism: Concepts, patterns, and responses. *ICCT Policy Brief*, September 2019. URL: https://icct.nl/publication/extreme-right-violence-and-terrorism-concepts-patterns-and-responses [Letzter Zugriff am 7.12.2020].

Böhm, Markus (2015). Lieblings-App der IS-Terroristen sperrt Propagandakanäle. *SpiegelOnline,* 18.11.2015. URL: https://www.spiegel.de/netzwelt/apps/is-auf-telegram-messenger-app-kuendigt-massnahmen-an-a-1063535.html [Letzter Zugriff am 7.12.2020].

Bursztyn, Victor S., Larry Birnbaum (2019). Thousands of Small, Constant Rallies: A Large-Scale Analysis of Partisan WhatsApp Groups. In: Francesca Spezzano, Wei Chen und Xiaokui Xiao (eds.). *Proceedings of the 2019 IEEE/ACM International Conference on Advances in Social Networks Analysis and Mining*. New York, NY: Association for Computation Machinery, 484–488.

Chandrasekharan, Eshwar, Umashanthi Pavalanathan, Anirudh Srinivasan, Adam Glynn, Jacob Eisenstein und Eric Gilbert (2017). You Can't Stay Here: The Efficacy of Reddit's 2015 Ban Examined Through Hate Speech. *Proceedings of the ACM on Human-Computer Interaction* 1, CSCW, 1–22.

Clifford, Bennett und Helen Powell (2019). *Encrypted Extremism: Inside the English-Speaking Islamic State Ecosystem on Telegram*. Washington: Program on Extremism. URL: https://extremism.gwu.edu/sites/g/files/zaxdzs2191/f/EncryptedExtremism.pdf [Letzter Zugriff am 7.12.2020].

Conway, Maura, Ryan Scrivens und Logan Macnair (2019). Right-Wing Extremists' Persistent Online Presence: History and Contemporary Trends. *ICCT Policy Brief*. October 2019. URL: https://icct.nl/app/uploads/2019/11/Right-Wing-Extremists-Persistent-Online-Presence.pdf [Letzter Zugriff am 7.12.2020].

Dittrich, Miro, Lukas Jäger, Claire-Frederike Meyer und Simone Rafael (2020). *Alternative Wirklichkeiten: Monitoring rechts-alternativer Medienstrategien.* Berlin: Amadeu Antonio Stiftung. URL: https://www.amadeu-antonio-stiftung.de/wp-content/uploads/2020/01/Monitoring_2020_web.pdf [Letzter Zugriff am 7.12.2020].

Doerr, Nicole (2017). Bridging language barriers, bonding against immigrants: A visual case study of transnational network publics created by far-right activists in Europe. *Discourse & Society* 28, 1, 3–23.

Froio, Caterina und Bharath Ganesh (2019). The transnationalisation of far right discourse on Twitter. *European Societies* 21, 4, 513–539.

Gehlen, Dirk von (2019). „Dark Social" – Ich poste was, was du nicht siehst. *Süddeutsche Zeitung*, 16. Januar 2019. URL. https://www.sueddeutsche.de/digital/dark-social-media-gruppen-whatsapp-telegram-facebook-habeck-1.4289076 [Letzter Zugriff am 7.12.2020].

Glaser, Stefan (2020). *Telegram: Zwischen Gewaltpropaganda und „Infokrieg". Keine Schutzmaßnahme für Kinder und Jugendliche*. Mainz: jugendschutz.net.

Guhl, Jakob und Jacob Davey (2020). *A Safe Space to Hate: White Supremacist Mobilisation on Telegram.* London: ISD Briefing.

Guhl, Jakob, Julia Ebner und Jan Rau (2020). *Das Online-Ökosystem rechtsextremer Akteure*. London: Institute for Strategic Dialogue.

Haller, André (2018). Symbiotische Interdependenzen. Rechtspopulismus und politische Alternativpublizistik. *Communicatio Socialis* 51, 2, 143–153.

Hölig, Sascha und Uwe Hasebrink (2020). *Reuters Institute Digital News Report 2020 – Ergebnisse für Deutschland*. Hamburg: Hans-Bredow-Institut. URL: https://leibniz-hbi.de/uploads/media/default/cms/media/66q2yde_AP50_RIDNR20_Deutschland.pdf [Letzter Zugriff am 7.12.2020].

Holt, Kristoffer, Tine Ustad Figenschou und Lena Frischlich (2019). Key Dimensions of Alternative News Media. *Digital Journalism* 20, 9, 1–10.

Jünger, Jakob und Chantal Gärtner (2020). *Datenanalyse von rechtsverstoßenden Inhalten in Gruppen und Kanälen von Messengerdiensten am Beispiel Telegram*. URL: https://www.medienanstalt-nrw.de/fileadmin/user_upload/NeueWebsite_0120/Zum_Nachlesen/Telegram-Analyse_LFMNRW_Nov20.pdf [Letzter Zugriff am 7.12.2020].

Kashpur, Vitaliy V., Mikhail Myagkov, Alexei A. Baryshev, Viacheslav L. Goiko und Evgeniy V. Shchekotin (2020). Where Russian Online Nationalists Go When Their Communities are Banned: A Case Study of Russian Nationalism. *Nationalism and Ethnic Politics* 26, 2, 145–166.

Kiefer, Michael, Jörg Hüttermann, Bacem Dziri, Rauf Ceylan, Viktoria Roth, Fabian Srowig und Andreas Zick (eds.) (2018). *Islam in der Gesellschaft. „Lasset uns in sha'a Allah ein Plan machen": Fallgestützte Analyse der Radikalisierung einer WhatsApp-Gruppe.* Wiesbaden: Springer VS.

Lewis, Rebecca (2018). *Alternative Influence: Broadcasting the Reactionary Right on YouTube*. URL: https://datasociety.net/library/alternative-influence [Letzter Zugriff am 7.12.2020].

Lonami Revision 219b4ecb (2019). *Telethon* [Computer software]. https://docs.telethon.dev/en/latest [Letzter Zugriff am 7.12.2020].

Machowecz, Martin, Paul Middelhoff, Yassin Musharbash und Holger Stark (2018). Zum Umsturz bereit. *Die Zeit*, 3. Oktober 2018. URL: https://www.zeit.de/2018/41/rechtsterrorismus-revolution-chemnitz-telegram-neonazi-gewalt [Letzter Zugriff am 7.12.2020].

Madrigal, Alexis C. (2012). Dark Social: We Have the Whole History of the Web Wrong. *The Atlantic*, 12. Oktober 2012. URL: https://www.theatlantic.com/technology/archive/2012/10/dark-social-we-have-the-whole-history-of-the-web-wrong/263523 [Letzter Zugriff am 7.12.2020].

Newell, Edward, David Jurgens, Haji Mohammad Saleem, Hardik Vala, Jad Sassine, Caitrin Armstrong und Derek Ruths (2016). User Migration in Online Social Networks: A Case Study on Reddit During a Period of Community Unrest. *ICWSM*, 279–288.

Nouri, Lella, Nuria Lorenzo-Dus und Amy-Louise Watkin (2019). *Following the Whack-a-Mole Britain First's Visual Strategy from Facebook to Gab* (Paper No. 4). London: Royal United Services Institute for Defence and Security Studies.

R Core Team (2020). *R* (Version R version 4.0.1) [Computer software]. The R Foundation for Statistical Computing.

Rauchfleisch, Adrian und Jonas Kaiser (2020). The German Far-right on YouTube: An Analysis of User Overlap and User Comments. *Journal of Broadcasting & Electronic Media* 64, 3, 373–396.

Richardson, John E. und Matthias Wasser (2020). *A Guide to Online Radical-Right Symbols, Slogans and Slurs*. Centre for Analysis of the Radical Right. URL: http://www.radicalrightanalysis.com/wp-content/uploads/2020/05/CARR-A-Guide-to-Online-Radical-Right-Symbols-Slogan-and-Slurs.pdf [Letzter Zugriff am 7.12.2020].

Rieger, Diana, Lena Frischlich, Stefanie Rack und Gary Bente (2020). Digitaler Wandel, Radikalisierungsprozesse und Extremismusprävention im Internet. In: Brahim Ben Slama und Uwe Kemmesies (eds.). *Handbuch Extremismusprävention: Gesamtgesellschaftlich. Phänomenübergreifend.* Wiesbaden: Bundeskriminalamt, 351–388.

Rogers, Richard (2020). Deplatforming: Following extreme Internet celebrities to Telegram and alternative social media. *European Journal of Communication* 35, 3, 213–229.

Rösler, Paul, Christian Mainka und Jörg Schwenk (2018). More is Less: On the End-to-End Security of Group Chats in Signal, WhatsApp, and Threema. *Proceedings of 3rd IEEE European Symposium on Security and Privacy*. URL: https://ieeexplore.ieee.org/document/8406614 [Letzter Zugriff am 7.12.2020].

Schmitt, Josephine B., Diana Rieger, Olivia Rutkowski und Julian Ernst (2018). Counter-messages as Prevention or Promotion of Extremism?! The Potential Role of YouTube. *Journal of Communication* 68, 4, 780–808.

Schulze, Heidi (2020). Who Uses Right-Wing Alternative Online Media? An Exploration of Audience Characteristics. *Politics and Governance* 8, 3, 6–18.

Schwarz, Karolin (2020). *Hasskrieger: Der neue globale Rechtsextremismus.* Freiburg, Basel und Wien: Herder.

Statista (2020). Number of monthly active Telegram users worldwide from March 2014 to April 2020. URL: https://www.statista.com/statistics/234038/telegram-messenger-mauusers [Letzter Zugriff am 7.12.2020].

Sterkenburg, Nikki (2019). *The RAN Factbook – Far-right Extremism*. URL: https://ec.europa.eu/home-affairs/sites/homeaffairs/files/what-we-do/networks/radicalisation_awareness_network/ran-papers/docs/ran_fre_factbook_20191205_en.pdf [Letzter Zugriff am 7.12.2020].

Telegram (2020). *Telegram FAQ*. URL: https://telegram.org/faq/de?ln=f [Letzter Zugriff am 7.12.2020].

Trujillo, Milo, Maurício Gruppi, Cody Buntain und Benjamin D. Horne (2020). What is BitChute? *Proceedings of the 31st ACM Conference on Hypertext and Social Media*, 139–140.

Urman, Aleksandra und Stefan Katz (2020). What they do in the shadows: examining the far-right networks on Telegram. *Information, Communication & Society* 1, 1, 1–20.

Van Rossum, Guido und Fred L. Drake. (2009). *Python 3 Reference Manual* (Version 3.8.5) [Computer software]. (2009). Scotts Valley, CA.

Veilleux-Lepage, Yannick und Emil Archambault. (2019). Mapping Transnational Extremist Networks: An Exploration Study of the Soldiers of Odin's Facebook Network, Using Integrated Social Network Analysis. *Perspectives on Terrorism* 13, 2, 21–38.

Wagner, Kathrin (2020). Telegram und WhatsApp als Vehikel der Radikalisierung – Eine Darstellung der Daten aus den Telegram- und WhatsApp-Protokollen. In: Forschungsnetzwerk Radikalisierung und Prävention (ed.). *Aspekte von Radikalisierungsprozessen: Fallgestützte Studien*. Osnabrück: FNRP, 35–66.

Weiß, Eva-Maria (2020). Identitären-Chef nun auch bei TikTok gesperrt, Webhoster kündigt ihm. *heise online*, 16.7.2020. URL: https://www.heise.de/news/Identitaeren-Chef-nun-auch-bei-TikTok-gesperrt-Webhoster-kuendigt-4845240.html [Letzter Zugriff am 8.12.2020].

Yousefi, Amir (2019). How to Get Data from Telegram Using Python. medium.com, 14.8.2019. URL: https://medium.com/better-programming/how-to-get-data-from-telegram-82af55268a4b [Letzter Zugriff am 8.12.2020].

Zick, Andreas (2020). Dynamiken, Strukturen und Prozesse in extremistischen Gruppen. In: Brahim Ben Slama und Uwe Kemmesies (eds.). *Handbuch Extremismusprävention: Gesamtgesellschaftlich. Phänomenübergreifend*. Wiesbaden: Bundeskriminalamt, 269–312.

*Heidi Schulze, M.A.*
*Institut für Kommunikationswissenschaft und Medienforschung*
*Ludwig-Maximilians-Universität München*
*Oettingenstr. 67*
*D-80538 München*
*E-Mail: heidi.schulze@lmu.de*