

Koranische Deutung im Format sozialer Medien

Religiöse Autorität und religionspädagogische Perspektiven am Beispiel Hannah Hansen

Der Autor

Ibrahim Aslandur (Dr. theol.), geb. 1992, ist Akademischer Mitarbeiter und stellvertretender Institutsleiter am Institut für Islamische Theologie/Religionspädagogik der Pädagogischen Hochschule Karlsruhe. Zu seinen Forschungsschwerpunkten zählen Koranhermeneutik und Korandidaktik, islamisch-theologische Bildungstheorie sowie gegenwartsbezogene Fragestellungen zum Islam in Europa.

Dr. Ibrahim Aslandur
Pädagogische Hochschule Karlsruhe
Institut für Islamische Theologie/Religionspädagogik
Erzbergerstraße 119
D-76133 Karlsruhe
ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-3893-109X>
e-mail: ibrahim.aslandur02@ph-karlsruhe.de



Koranische Deutung im Format sozialer Medien

Religiöse Autorität und religionspädagogische Perspektiven am Beispiel Hannah Hansen

Abstract

Dieser Beitrag untersucht koranbezogene Deutungspraktiken deutschsprachiger Muslim-Influencer:innen am Beispiel ausgewählter Instagram-Beiträge von Hannah Hansen. Auf Grundlage der Digital-Religion-Forschung und einer qualitativ-hermeneutischen, multimodal sensibilisierten Analyse wird gefragt, wie religiöse Autorität, koranische Deutung und lebensweltliche Orientierung im Format sozialer Medien kommuniziert werden. Die Analyse zeigt, dass koranische Bezüge in den untersuchten Beiträgen vor allem verdichtet, personalisiert und moralisch-praktisch vermittelt werden. Dadurch entstehen emotional anschlussfähige Sinnangebote, die religiöse Orientierung ermöglichen, zugleich aber exegetische Komplexität nur begrenzt abbilden. Abschließend werden religionspädagogische Implikationen für theologische Medienbildung, hermeneutische Urteilskompetenz und den Umgang mit digital vermittelter religiöser Autorität diskutiert.

Schlagworte

Koranhermeneutik – Influencer:innen – Social Media – Digital Religion – Religionspädagogik

Qur'anic Interpretation in Social Media Formats

Religious Authority and Religious Education Perspectives – A Case Study of Hannah Hansen

Abstract

This article examines Qur'an-related interpretive practices among German-speaking Muslim influencers, focusing on selected Instagram posts by Hannah Hansen. Drawing on digital religion studies and a qualitatively hermeneutic, multimodally informed analysis, it explores how religious authority, Qur'anic interpretation, and everyday religious orientation are communicated in social media formats. The analysis shows that Qur'anic references in the selected posts are mainly conveyed in condensed, personalized, and morally practical ways. These forms of communication create emotionally accessible religious meaning, while representing exegetical complexity only to a limited extent. The article concludes by discussing implications for theological media education, hermeneutical judgment, and critical engagement with digitally mediated religious authority.

Keywords

Qur'anic Hermeneutics – Influencer – Social Media – Digital Religion – Religious Education

1. Einleitung

Der Zugang zu religiösem Wissen hat sich im Zuge der Digitalisierung tiefgreifend verändert. Was früher vor allem an Moscheen, Bildungseinrichtungen oder an den Kreis religiös autorisierter Gelehrter gebunden war, ist heute über digitale Medien jederzeit verfügbar. Plattformen wie Instagram und TikTok fungieren zunehmend als Räume religiöser Kommunikation, in denen religiöse Inhalte nicht nur verbreitet, sondern auch kommentiert, angeeignet und ausgehandelt werden.¹ Solche Aushandlungsprozesse religiöser Bedeutung sind zwar kein neues Phänomen, erhalten durch die Partizipations- und Vernetzungslogiken sozialer Medien jedoch eine neue Reichweite und Dynamik.²

Die Forschung zu *Digital Religion* weist darauf hin, dass digitale Medien traditionelle Formen religiöser Autorität nicht einfach ersetzen, sondern transformieren und ergänzen.³ In diesem Zusammenhang verschieben sich die Kriterien religiöser Wirksamkeit teilweise von institutioneller Legitimation und theologischer Qualifikation hin zu Sichtbarkeit, Authentizität, Vernetzung und medialer Präsenz.⁴

Gerade unter jungen Muslim:innen gewinnen religiöse Content-Creator:innen auf sozialen Medien zunehmend an Bedeutung. Influencer:innen üben durch ihre Aktivitäten in digitalen Netzwerken auf Einstellungen, Wahrnehmungen und Verhaltensweisen ihrer Follower Einfluss aus.⁵ Ihre Glaubwürdigkeit speist sich dabei häufig aus einem Zusammenspiel von wahrgenommener Expertise, Authentizität, regelmäßiger Interaktion und dem Aufbau parasozialer Beziehungen zu ihrem Publikum.⁶

Innerhalb dieses breiten Spektrums werden in jüngeren Forschungszusammenhängen teilweise sogenannte *Sinnfluencer:innen* unterschieden. Darunter werden Akteur:innen verstanden, die ihre Reichweite nutzen, um gesellschaftliche, ethische, spirituelle oder weltanschauliche Orientierungsangebote zu vermitteln und ihre Follower:innen zur Auseinandersetzung mit Fragen von Sinn, Verantwortung und Lebensführung anzuregen.⁷ So bezeichnet der Begriff weniger eine klar

1 Vgl. Sarıkaya, Büşra F. (2024) 91–93.

2 Vgl. Mendl, Hans / Lamberty, Alexandra / Sitzberger, Rudolf (2023) 71–73; Andok, Mónika (2024) 9, 13.

3 Vgl. Campbell, Heidi A. (2012) 2–4.

4 Vgl. Sarıkaya, Büşra F. (2024) 93–97.

5 Vgl. ebd.

6 Vgl. Bunt, Gary R. (2018) 6–18.

7 Vgl. Mendl, Hans / Lamberty, Alexandra / Sitzberger, Rudolf (2023) 75–77.

abgrenzbare Kategorie als vielmehr einen spezifischen kommunikativen Schwerpunkt.

In diesem Sinne bringen digitale Medien neue Formen religiöser Autorisierung hervor, ohne traditionelle religiöse Autoritäten vollständig zu ersetzen.⁸ Vielmehr entstehen Konstellationen, in denen unterschiedliche Quellen religiöser Glaubwürdigkeit miteinander verschränkt werden. Religiöse Deutungen gewinnen ihre Legitimität nicht ausschließlich durch institutionelle Einbindung oder formale theologische Ausbildung, sondern ebenso durch persönliche Glaubenszeugnisse, narrative Authentizität, digitale Sichtbarkeit und die Fähigkeit, religiöse Inhalte lebensweltnah zu kommunizieren. Religiöse Autorität versteht sich in sozialen Medien daher als relationaler Prozess. Sie entsteht im Zusammenspiel von Selbstpräsentation, öffentlicher Sichtbarkeit und der Anerkennung durch die jeweilige digitale Gemeinschaft.⁹

Der beschriebene Wandel ist nicht allein medienkultureller Natur, sondern zugleich eine theologische und religionspädagogische Herausforderung. In digitalen Kommunikationsräumen entstehen neue Formen religiöser Sinnbildung, in denen koranische Bezüge, persönliche Erfahrungen und digitale Kommunikationslogiken zusammenwirken. Ein besonders aufschlussreiches Beispiel hierfür bieten deutschsprachige Muslim-Sinnfluencer:innen, die religiöse Themen über soziale Medien einem breiten Publikum vermitteln.¹⁰

Der vorliegende Beitrag untersucht exemplarisch die Koraninterpretationen und Sinn narrative der Influencerin *Hannah Hansen*, deren Online-Auftritte auf Instagram und TikTok ein großes Publikum ansprechen. Im Mittelpunkt steht die Frage, wie digitale Laienexeget:innen religiöse Deutungsmacht und Sinn im Medium sozialer Netzwerke konstruieren und welche Konsequenzen diese Kommunikationsformen für gegenwärtige islamische Deutungsprozesse haben. Das Erkenntnisinteresse der Studie ist zweistufig angelegt. Im Zentrum steht zunächst die Analyse der Frage, wie koranische Bedeutungen im Kontext sozialer Medien kommuniziert, legitimiert und für gegenwärtige Lebenswelten anschlussfähig gemacht werden. Besonderes Augenmerk gilt den rhetorischen, narrativen und performativen Strategien religiöser Sinnstiftung. Diese Fokussierung knüpft an Forschungsansätze zu Digital Storytelling und digitaler Religionskommunikation an, die zeigen, dass religiöse Deutungen in sozialen Medien nicht allein über argumentative Gehalte, sondern ebenso über narrative Rahmun-

8 Vgl. Campbell, Heidi A. (2012) 6–7.

9 Vgl. Slama, Martin / Barendregt, Bart (2018) 29–31.

10 Vgl. Mendl, Hans / Lamberty, Alexandra / Sitzberger, Rudolf (2023) 71; 75–76.

gen, Formen der Selbstinszenierung und emotionale Anrufungsstrukturen vermittelt werden.¹¹

Auf Grundlage dieser Analyse werden anschließend die religionspädagogischen Implikationen der Befunde diskutiert.

Methodisch folgt die Untersuchung dem Design einer qualitativ-hermeneutischen Fallstudie. Ziel ist nicht die statistische Generalisierung, sondern die rekonstruktive Analyse eines exemplarischen Falls, an dem sich gegenwärtige Formen koranbezogener Sinnstiftung und religiöser Autorisierung in sozialen Medien nachvollziehen lassen. Analysiert wurden fünf ausgewählte, öffentlich zugängliche Videobeiträge ihres Instagram-Accounts (@hannahansenofficial), die explizite Bezüge zum Koran, zu religiöser Lebensführung oder zu Fragen islamischer Frömmigkeit aufweisen. Die Auswahl der Beiträge erfolgte theoriegeleitet nach den Prinzipien des theoretischen Samplings. Berücksichtigt wurden ausschließlich Beiträge, die einen expliziten Bezug zum Koran, zu religiöser Lebensführung oder zu Fragen islamischer Frömmigkeit aufweisen und zugleich Aussagen über religiöse Sinnstiftung oder Autorisierung ermöglichen.

Die Analyse orientiert sich an Verfahren der qualitativen Inhaltsanalyse¹², wird jedoch durch Perspektiven multimodaler Social-Media-Forschung erweitert. Da religiöse Kommunikation auf Plattformen wie Instagram nicht ausschließlich sprachlich erfolgt, sondern wesentlich durch das Zusammenspiel von Sprache, Bild, Körpersprache, Kleidung, Inszenierung, Emotionalisierung und Plattformästhetik geprägt wird, wurden die Beiträge als multimodale Kommunikationsergebnisse betrachtet.¹³

Auf Grundlage der Forschungsfrage und des theoretischen Rahmens wurden vier deduktive Analysekatoren entwickelt: Erstens wurden koranbezogene Deutungsmuster rekonstruiert, insbesondere die Auswahl, Kontextualisierung und Akzentuierung koranischer Bezüge. Zweitens wurden rhetorische Strategien religiöser Sinnstiftung analysiert, etwa direkte Ansprachen, Appelle, Kontrastierungen und moralische Rahmungen. Drittens wurden visuelle und performative Formen religiöser Autorisierung berücksichtigt, darunter Kleidung, Körpersprache und Selbstpräsentation. Viertens wurden emotionale und identitätsbezogene Anrufungsstrukturen untersucht, insbesondere die Herstellung von Nähe, Zugehörigkeit, Hoffnung und religiöser Selbstvergewisserung.

11 Vgl. Albrecht, Christian (2025) 211–216.

12 Vgl. Mayring, Philipp / Fenzl, Thomas (2019) 633–648.

13 Vgl. Schreiber, Maria / Kramer, Michaela (2016) 81–82; 87–88; Mayrhofer, Florian (2021) 251–271.

Um die Spezifika der koranbezogenen Deutungen sichtbar zu machen, wurden die identifizierten Interpretationsmuster auch mit ausgewählten klassischen exegetischen Positionen – insbesondere bei *aṭ-Ṭabarī*, *al-Qurṭubī*, *Ibn al-Ğawzī* und *Faḥr ad-Dīn ar-Rāzī* – kontrastiert. Ziel dieses Vergleichs ist nicht die Bewertung der Beiträge im Sinne einer normativen Hierarchisierung, sondern die Rekonstruktion jener Akzentverschiebungen, Vereinfachungen und Neuakzentuierungen, die sich ergeben, wenn koranische Inhalte im Format sozialer Medien kommuniziert werden.

Da ausschließlich öffentlich zugängliche Inhalte analysiert wurden und keine Interaktion mit der Content-Creatorin oder ihren Follower:innen stattfand, wurde auf die Einholung eines gesonderten Einverständnisses verzichtet. Die Untersuchung folgt den in der digitalen Sozial- und Medienforschung etablierten ethischen Standards zum Umgang mit öffentlich zugänglichem Online-Material.

2. Religion, Wissen und Autorität im digitalen Wandel

Religiöses Lernen ist heute kaum noch an Institutionen gebunden; es findet zunehmend in digitalen Räumen statt, in denen religiöse Themen individuell angeeignet, kommentiert und emotional geteilt werden.¹⁴ Diese Entwicklung schafft neue Formen religiöser Öffentlichkeit, in denen Wissen nicht nur vermittelt, sondern partizipativ erzeugt wird. So stellen digitale Medien nicht lediglich neue Verbreitungskanäle für Religion dar, sondern eigenständige Räume religiöser Praxis, Kommunikation und Autorisierung.¹⁵

Religiöse Deutungen werden dabei nicht nur konsumiert, sondern durch Kommentare, Reaktionen, Weiterverbreitung und digitale Gemeinschaftsbildung aktiv mitgestaltet.¹⁶

Indes ermöglichen sie eine bis dahin nicht gekannte Reichweite religiöser Kommunikation. Texte, Vorträge und Diskurse sind orts- und zeitunabhängig verfügbar und eröffnen neue Möglichkeiten selbstgesteuerten Lernens, transnationaler Vernetzung und religiöser Partizipation.¹⁷ Zugleich entstehen neue Herausforderungen hinsichtlich der Verlässlichkeit, Kontextualisierung und theologischen Tiefe religiöser Inhalte. Die Forschung zu *Digital Religion* weist darauf hin, dass sich unter den Bedingungen digitaler Kommunikation auch die Mechanismen religiöser Autorisierung verändern. Neben institutioneller Legitimation gewinnen

¹⁴ Vgl. Sarıkaya, Büşra F. (2024) 92.

¹⁵ Vgl. Hoover, Stewart M. (2025) 60; Campbell, Heidi A. (2012) 11–18.

¹⁶ Vgl. Andok, Mónica (2024) 7; Albrecht, Christian (2024) 216–220.

¹⁷ Vgl. Konuk, Hümeýra (2024) 172–175.

Faktoren wie digitale Sichtbarkeit, narrative Authentizität, kommunikative Resonanz und die Fähigkeit zur Herstellung persönlicher Nähe an Bedeutung.¹⁸

In diesem Zusammenhang kann man von einer *Popularisierung* religiöser Kommunikation sprechen. Gemeint ist damit nicht eine Zunahme von Religiosität als solcher, sondern die Übersetzung religiöser Inhalte in die Kommunikationslogiken populärer Medienformate, in denen persönliche Erfahrungen, narrative Verdichtung, visuelle Inszenierung und emotionale Ansprache eine zentrale Rolle spielen.¹⁹ Dies eröffnet neue Möglichkeiten religiöser Teilhabe, da religiöse Inhalte niedrigschwellig, interaktiv und ortsunabhängig zugänglich werden. Insbesondere für junge Muslim:innen, deren religiöse Sozialisation zunehmend auch durch digitale Medien geprägt ist, entstehen dadurch zusätzliche Räume religiöser Orientierung und Vergemeinschaftung.²⁰

Damit verändert sich auch das Verständnis religiöser Autorität. Neben die gelehrten Stimmen der *‘ulamā’* (dt. Religionsgelehrte) treten zunehmend digitale Akteur:innen, deren Glaubwürdigkeit nicht ausschließlich auf theologischer Expertise oder institutioneller Legitimation beruht. Vielmehr gewinnen persönliche Erfahrungsberichte, wahrgenommene Authentizität, kommunikative Nahbarkeit und digitale Sichtbarkeit an Bedeutung.²¹

Eine wichtige Rolle spielen dabei parasoziale Beziehungen, also einseitige, jedoch subjektiv als persönlich empfundene Bindungen zwischen Rezipienten und Medienakteur:innen.²² Durch regelmäßige Einblicke in den Alltag, persönliche Glaubenszeugnisse und die direkte Ansprache ihrer Follower:innen erzeugen religiöse Influencer:innen häufig ein Gefühl von Nähe und Vertrautheit, das ihre Glaubwürdigkeit und ihren Einfluss stärken kann.²³

Für die Islamische Theologie und Religionspädagogik liegt darin eine besondere Chance. Sie kann die „Kultur der Digitalität“²⁴ als Erweiterung ihres Erkenntnis- und Wirkungsraums verstehen: als Möglichkeit, theologische Diskurse in Echtzeit zu kommunizieren, neue Formen religiöser Partizipation zu fördern und die Pluralität islamischer Deutungen sichtbar zu machen.

18 Vgl. Andok, Mónica (2024) 4–9, 13; Campbell, Heidi A. (2021) 154–169.

19 Vgl. Hoover, Steward M. (2025) 105–136.

20 Vgl. Binici, Erkan (2025) 100–107.

21 Vgl. Andok, Mónica (2024) 5.

22 Vgl. Horton, Donald / Wohl, Richard R. (1956) 215–229.

23 Vgl. Seeger, Christof / Kost, Julia F. (2020) 100–107.

24 Stalder, Felix (2016).

Zugleich wächst für die Islamische Theologie und Religionspädagogik die Aufgabe, digitale Kommunikationsformen kritisch zu reflektieren. Dies ergibt sich daraus, dass religiöse Deutungen in digitalen Räumen zunehmend außerhalb klassischer institutioneller Kontexte entstehen und dort neue Formen religiöser Autorisierung hervorbringen.²⁵ So schreibt Andok: „(...) the creation of common meanings and the acquisition of meaning-giving patterns will no longer take place primarily in family and religious communities, but on online platforms.“²⁶

Die Herausforderung besteht dabei nicht in der Emotionalität religiöser Kommunikation als solcher, da religiöse Traditionen stets auch von affektiven, narrativen und existenziellen Zugängen geprägt waren. Kritisch zu reflektieren sind vielmehr jene Kommunikationsformen, in denen emotionale Resonanz, algorithmische Sichtbarkeit oder persönliche Authentizität die differenzierte Auseinandersetzung mit theologischen Inhalten überlagern oder verkürzen können.

Für eine zukunftsorientierte Islamische Theologie ergibt sich daraus die Aufgabe, digitale Räume nicht lediglich als Verbreitungskanäle religiöser Inhalte zu verstehen, sondern als eigenständige Orte religiöser Kommunikation und Sinnstiftung. Sie ist daher gefordert, digitale Formen religiöser Vermittlung wissenschaftlich zu analysieren, kritisch zu begleiten und zugleich konstruktiv mitzugestalten. Dies schließt die Förderung theologischer Urteilskompetenz ebenso ein wie die Entwicklung reflektierter Formen digitaler Religionskommunikation und Medienbildung.

3. Koranhermeneutik in digitalen Öffentlichkeiten

In ebendiesen digitalen Kommunikationsräumen wird der Koran zunehmend auch in audiovisuellen Formaten rezipiert und vermittelt. Dabei ist zu berücksichtigen, dass soziale Plattformen unterschiedliche Kommunikations- und Inszenierungslogiken aufweisen. Während Instagram stärker durch visuelle Selbstrepräsentation, Community-Bildung und kuratierte Formen der Selbstdarstellung geprägt ist, begünstigt TikTok insbesondere kurzformatige, algorithmisch distribuerte und performativ ausgerichtete Kommunikationsformen.²⁷ Religiöse Inhalte werden dadurch nicht lediglich auf unterschiedlichen Plattformen verbreitet, sondern jeweils in plattformspezifischen Formaten gestaltet und wahrgenommen.

²⁵ Vgl. Campbell, Heidi A. (2021) 190–193.

²⁶ Andok, Mónica (2024) 3.

²⁷ Vgl. Schreiber, Maria / Kramer, Michaela (2016) 81–83; 89–100; Albrecht, Christian (2025) 211–220.

Vor diesem Hintergrund entstehen neben klassischen Formen koranischer Exegese zunehmend mediale Praktiken religiöser Sinnstiftung, in denen Erzählen, Zeigen, persönliche Erfahrungen und audiovisuelle Inszenierungen eine zentrale Rolle spielen. Die klassische *Tafsīr*-Tradition, die insbesondere auf philologische Präzision, historische Kontextualisierung und argumentative Kohärenz ausgerichtet ist,²⁸ wird dadurch nicht ersetzt, sondern durch weitere Formen religiöser Kommunikation ergänzt.²⁹

Am Beispiel der deutschsprachigen Influencerin Hannah Hansen lässt sich exemplarisch nachvollziehen, wie digitale Akteur:innen den Koran als Quelle religiöser Sinnstiftung und moralischer Orientierung inszenieren. Hansen, die auf Instagram unter dem Namen @hannahansenofficial auftritt, nutzt in ihren Beiträgen religiöse Sprache, um moralische Botschaften mit emotionaler Intensität zu verbinden. Ihre Kurzvideos zeichnen sich durch eine Mischung aus persönlicher Erzählung, rhetorischem Appell und ästhetischer Inszenierung aus. Dadurch wird der Koran nicht in erster Linie kommentiert, sondern in gegenwärtige Erfahrungsräume überführt – als Medium der Ermahnung, Identifikation und Resonanz. Für die Analyse wurden fünf Videobeiträge aus dem Zeitraum Februar 2025 ausgewählt.³⁰ Die Auswahl der Videobeiträge orientierte sich an der Forschungsfrage und erfolgte nach den im Methodenteil dargelegten Kriterien. Ziel war nicht statistische Repräsentativität, sondern die exemplarische Rekonstruktion charakteristischer Deutungsmuster und Kommunikationsstrategien.

3.1 Rhetorische Strategien und Selektivität der Koranverwendung

In einem veröffentlichten Instagram-Reel fragt sie ihre Zuschauer:innen:

„Wie ergeben wir uns richtig und aufrichtig? Indem wir Allah *Ta‘ālā* [dt. der Erhabene] an allererste Stelle setzen – das ist unwiderruflich. Da kann kommen, wer will: die Politik, die Menschen – Allah *Subḥānahu wa Ta‘ālā* [dt. Preis sei Ihm, der Erhabene] steht an erster Stelle. Wir wissen das, Schwester, aber verinnerlichen wir das auch?“³¹

Dieses Zitat verdeutlicht Hansens rhetorischen Stil: ein emotionaler Appell, der Identifikation und Autorität zugleich erzeugt. Die dichotome Struktur – Gott versus materielle Welt – fungiert als hermeneutisches Grundmuster, das religiöse Loyalität in einer polarisierten Welt verortet.

²⁸ Vgl. Aslandur, Ibrahim (2025) 15–16.

²⁹ Vgl. Andok, Mónica (2024) 9–10; 13.

³⁰ Vgl. Hansen (2025a–e).

³¹ Hansen (2025a).

In einem weiteren Beitrag kritisiert sie „die Gelehrten unserer Zeit“, die „reden, ohne zu handeln“³², und stellt die Frömmigkeit der *Salaf*³³ als moralischen Kontrast dar:

„Viele Worte, wenig Taten. Wohingegen damals die *Salaf* viel mehr praktizierten, als sie redeten. [...] Wenn wir nicht vorsichtig sind und nicht praktizieren – wehe am *Yawm al-Qiyāma* [Tag der Auferstehung].“³⁴

Diese Aussagen offenbaren die selektive Struktur ihrer Koranhermeneutik. Hansen interpretiert den Koran besonders durch die Linse moralischer Disziplin und Handlungsaufforderung. Der Glaube wird als Pflicht zur sichtbaren Tat verstanden und damit auf eine Ethik des Handelns statt auf eine Ethik der inneren Erkenntnis ausgerichtet. Spirituelle Dimensionen wie *niyya* (dt. Absicht) oder *ihsān* (dt. innere Vervollkommnung) bleiben in dieser Deutung weitgehend unberücksichtigt.

In ihrer Auslegung des Koranverses *Inna alladhīna qālū rabbunā llāhu thumma istaqāmū* – „Diejenigen, die sagen: Unser Herr ist Gott, und sich dann aufrichtig verhalten (...)“ (Koran, 41:30) – versteht Hansen den Vers vor allem als Mahnung zu äußerer Rechtschaffenheit und gesetzestreuer Praxis. So kommentiert sie: „Worte schön und gut, aber die Taten sind mit nichts zu ersetzen.“³⁵ Klassische Exegeten wie Ibn al-Ğawzī, al-Qurṭubī, aṭ-Ṭabarī und Fahr ad-Dīn ar-Rāzī deuten *istiqāma* (dt. Aufrichtigkeit) hingegen umfassender: als Beharrlichkeit im Glauben, in Rede und Tat, verbunden mit spiritueller Reifung und innerer Aufrichtigkeit.³⁶ In der exegetischen Tradition wird die Mehrdimensionalität der Aufforderung *istaqāmū* (dt. seid aufrichtig) hervorgehoben und als Ausdruck beständiger Treue zu Gott in Denken, Handeln und Fühlen verstanden. Hansen hingegen reduziert diese Vielschichtigkeit auf moralische Pflichterfüllung und appellative Rhetorik.

3.2 Performative Religiosität und visuelle Autorität

Hansens religiöse Rede entfaltet ihre Wirkung nicht allein durch den Inhalt, sondern durch ihre visuelle und auditive Inszenierung. In ihren Videos tritt sie in

³² Hansen (2025b).

³³ Der Begriff *Salaf* meint die „frommen Altvorden“ der islamischen Frühzeit, insbesondere die ersten drei Generationen nach dem Propheten Muhammad (die Generationen der Gefährten, ihrer Nachfolger und der Nachfolger der Nachfolger). In der islamischen Tradition gelten sie als Vorbilder für Glauben, Moral und Praxis und werden in unterschiedlichen theologischen Richtungen – insbesondere im *Salafismus* – als Maßstab ursprünglicher Frömmigkeit verstanden.

³⁴ Hansen (2025b)

³⁵ Hansen (2025b)

³⁶ Vgl. Nasr, Seyyed Hossein / Dagli, Caner K. / Dakake, Maria Massi / Lombard, Joseph E. B. / Rustom, Mohammed (2015) 2142.

schlichter, religiös konnotierter Kleidung auf – meist mit *Khimār* und *Abaya* –, spricht ruhig und eindringlich und kombiniert arabische Sprachfragmente mit emotionalen Betonungen.³⁷ Diese Ästhetik erzeugt eine charismatische Präsenz, die Glaubwürdigkeit ausstrahlt, ohne sich explizit auf gelehrte Autoritäten zu berufen.

In mehreren Reels thematisiert Hansen Fragen von Geduld, Leid und göttlicher Prüfung.³⁸

Die Beiträge präsentieren religiöse Herausforderungen nicht primär als Gegenstand theologischer Reflexion, sondern als persönlich erfahrbare Glaubenspraxis. Leiden ist dabei als Prüfung, die spirituelle Reifung ermöglicht und die Beziehung zu Gott vertiefen kann.

„Das Diesseits ist das Gefängnis für den Gläubigen und das Paradies für den Ungläubigen. Für den Kaafir [Ungläubigen].“³⁹

Für die Überzeugungskraft dieser Beiträge ist jedoch nicht allein ihr inhaltliches Argument entscheidend. Vielmehr wird die religiöse Botschaft durch spezifische Formen audiovisueller Inszenierung vermittelt. Hansen spricht ihre Zuschauer:innen in direkter Ansprache an, verwendet eine emotional geprägte Sprache und präsentiert sich in Nahaufnahmen als persönlich Betroffene und Glaubende. Die Verbindung von persönlichem Glaubenszeugnis, visueller Präsenz und emotionaler Ansprache kann dabei den Eindruck von Authentizität und Nahbarkeit erzeugen. Religiöse Deutungen erscheinen dadurch als lebensweltlich erprobte Erfahrungen.

Die Autorität der Sprecherin entsteht somit nicht ausschließlich durch den Verweis auf religiöse Quellen, sondern ebenso durch performative Formen religiöser Autorisierung. Die Inszenierung ihrer Pilgerfahrt fungiert dabei wohl als sichtbarer Ausdruck gelebter Frömmigkeit und stärkt ihre Glaubwürdigkeit als religiöse Deutungsinstanz.⁴⁰ In Übereinstimmung mit Beobachtungen der Forschung zu *Digital Religion* und Influencer-Kommunikation werden religiöse Aussagen über persönliche Glaubwürdigkeit, Identifikationsangebote und Authentizitätszuschreibungen vermittelt und legitimiert.⁴¹ Die Beiträge lassen sich daher als Bei-

³⁷ Hansen (2025a–e).

³⁸ Hansen (2025c; 2025d).

³⁹ Hansen (2025a).

⁴⁰ Hansen (2025a).

⁴¹ Vgl. Campbell, Heidi A. (2021) 55–72.

spiele einer Form religiöser Kommunikation verstehen, in der koranische Sinnangebote und performative Selbstinszenierung eng miteinander verschränkt sind.

Die performative Struktur dieser Hermeneutik ist dabei zentral: Der Glaube wird verkörpert, nicht nur ausgesprochen. Hansen tritt nicht als Lehrende auf, sondern als glaubende Person, die ihre eigene religiöse Erfahrung öffentlich teilt. In dieser Kombination aus persönlicher Authentizität, emotionaler Sprache und visueller Präsenz entsteht eine neue Form *affektiver Autorität*. Sie gründet nicht auf Wissen, sondern auf erlebter Überzeugung.

3.3 Dichotome Weltbilder und heilsgeschichtliche Dramaturgie

„Wollt ihr denn nicht hören. Wollt ihr denn nicht sehen, wollt ihr nicht?“ [cut] „Wie Homosexualität, wir haben das Nachahmen der Frauen. Frauen wollen Männer sein. Männer wollen Frauen sein. Wir haben es in jeder Zeitung, ist es so. Wir haben Zina [Unzucht] überall. Die Zina breitet sich aus. Sie wird gefördert, sie wird gepusht. Wir haben Alkohol. Wir haben Verantwortung, die die ungeeigneten übernehmen – sehen wir mal in Richtung Politik und co. (...)“⁴²

Hansens religiöse Kommunikation ist stark von einer moralisch-dualistischen Weltsicht geprägt. Die Gegenwart erscheint als Ort der Versuchung und des moralischen Verfalls, während die Vergangenheit der *Salaf* als Ideal reiner Frömmigkeit gezeichnet wird. Diese heilsgeschichtliche Struktur, die sich in mehreren Videos wiederholt⁴³, stellt das Diesseits als Raum der Prüfung und das Jenseits als Ziel göttlicher Belohnung dar.

„Sind wir auf der Hut vor einem Leben voller Freude, aber ohne Segen. Wo hingegen vielleicht ein Leben voller Not und voller Anstrengung das ewige Leben bedeuten kann.“⁴⁴

Der Rückgriff auf weibliche Vorbilder wie *Nusayba bint Ka‘b* zeigt, wie historische Narrative in gegenwärtige Identitätsdiskurse übersetzt werden.

„Die Schwierigkeiten sind da, ja, sie sind real. Dann sind wir eben ein bisschen wie Nusayba, dann sind wir die Kriegerin, die so oft in den Dschihad zog. Wir haben jeden Tag den Dschihad hier. Wir haben jeden Tag das Abmühen.“ [Erzählt über eine beleidigende Geste auf der Straße.] „Ich habe nichts gemacht. Ich war

⁴² Hansen (2025d).

⁴³ Hansen (2025b, 2025d).

⁴⁴ Hansen (2025d).

nur da. Und dann habe ich gemerkt: Ah! Ich trage Khimar. Ah! Sie hat ein Problem mit mir. Alhamdulillah.“⁴⁵

Hansen spricht von sich und ihren Follower:innen als „Kriegerinnen des Alltags“⁴⁶. Dies kann als ein Ausdruck religiösen Empowerments gedeutet werden, der gleichzeitig das Selbstbild weiblicher Tugendhaftigkeit betont. Theologisch könnte dies jedoch zu einer Reduktion der koranischen Mehrdeutigkeit führen: die Welt wird ausschließlich als moralisches Prüfungsfeld gedeutet, nicht als Raum kreativer Verantwortung (vgl. Koran, 2:201; 28:77).

3.4 Sinnproduktion zwischen Emotion und Moral

Die Analyse der Beiträge zeigt, dass sich koranische Bezüge bei Hannah Hansen häufig mit emotionalen und lebensweltlichen Deutungsangeboten verbinden. Religiöse Aussagen werden dabei nicht primär in Form theologischer Argumentationen entfaltet, sondern über persönliche Erfahrungen, moralische Orientierung und affektive Anrufungen vermittelt. Der Koran ist dabei nicht Gegenstand systematischer Auslegung denn als Ressource individueller Sinnstiftung und religiöser Selbstvergewisserung.

„Es ist nicht immer leicht hier in Deutschland. Als Muslima , mit Hijab , ob als konvertierte Schwester, oder geborene Muslima. Es ist ein Dschihad! Aber sind wir uns dessen bewusst, je schwerer und mühevoller der Weg, desto größer die Belohnung inscha Allah.“⁴⁷

Auch die Reaktionen der Follower:innen deuten darauf hin, dass diese Form religiöser Kommunikation als persönlich anschlussfähig wahrgenommen wird. Kommentare wie „Ich brauchte das genau heute“ oder „Du gibst mir Hoffnung, Schwester“⁴⁸ verweisen darauf, dass die Beiträge vielfach als Unterstützung bei der Deutung eigener Lebenssituationen rezipiert werden.

Die Analyse legt nahe, dass die Überzeugungskraft der Beiträge nicht allein aus den zitierten religiösen Quellen resultiert. Vielmehr entsteht sie aus dem Zusammenspiel koranischer Bezüge, moralischer Orientierung, emotionaler Ansprache und performativer Selbstpräsentation. Religiöse Sinnangebote werden dadurch in lebensweltlich anschlussfähige Narrative übersetzt, die Identifikation und persönliche Beteiligung ermöglichen.

⁴⁵ Hansen (2025 e)

⁴⁶ Hansen (2025 e)

⁴⁷ Hansen (2025e).

⁴⁸ Hansen (2025c; 2025e).

3.5 Zwischen Popularisierung und theologischer Verantwortung

Die bisherigen Befunde werfen die Frage auf, wie die dargestellten Formen koranbezogener Sinnstiftung hermeneutisch zu bewerten sind. Im Mittelpunkt steht dabei weniger die Frage nach der religiösen Wirkung als nach den spezifischen Merkmalen digitaler Koranvermittlung im Spannungsfeld zwischen Popularisierung und theologischer Verantwortung.

„Die Engel kommen dann hernieder, wenn wir aufrichtig sind und sie werden sagen: *Lā takhāfū wa lā tasāmu* (sic!) – Fürchtet euch nicht, seid nicht traurig, wenn ihr aufrichtig seid, wenn ihr euch ergebt, wenn ihr euch mir ergebt. Denn warum hat Allah subḥānahu wa ta‘ālā die Dschinn und die Menschen erschaffen? Um Ihm zu dienen. Fürchtet euch nicht und seid nicht traurig. Denn euch wurde das Paradies verheißen. Subḥānallāh.“⁴⁹

Das Zitat verdeutlicht exemplarisch, dass koranische Aussagen nicht im Rahmen einer textnahen Auslegung geschehen, sondern unmittelbar auf die Lebenssituation der Rezipient:innen bezogen werden. Der koranische Vers fungiert dabei weniger als Gegenstand exegetischer Reflexion denn als Quelle religiöser Ermutigung und existenzieller Orientierung. Die Auslegung erfolgt selektiv und appellativ: Einzelne Verse werden aus ihrem Offenbarungs- und Textzusammenhang herausgelöst und zu einer motivationalen Botschaft verdichtet, die Vertrauen auf Gott, Hoffnung und Standhaftigkeit vermitteln soll.

Dieses Bild bestätigt damit zentrale Beobachtungen der Forschung zu *Digital Religion*, wonach religiöse Autorität in digitalen Kommunikationsräumen zunehmend als relationaler und kommunikativer Prozess erscheint, der sich im Zusammenspiel von theologischen Bezügen, medialen Inszenierungen und sozialer Resonanz konstituiert.⁵⁰ Die Analyse legt zugleich nahe, dass koranische Sinnangebote in sozialen Medien häufig in verdichteten, personalisierten und emotional anschlussfähigen Kommunikationsformaten vermittelt werden, die spezifischen Plattformlogiken folgen.

Die dargestellten Befunde werfen die Frage auf, welche Konsequenzen sich aus diesen Formen digitaler Religionskommunikation für islamisch-theologische Bildungsprozesse und den islamischen Religionsunterricht ergeben.

⁴⁹ Hansen (2025c).

⁵⁰ Vgl. Andok, Mónica (2024) 1, 7–10; Campbell, Heidi A. (2021) 127–153.

4. Religionspädagogische Chancen und Herausforderungen

Die Einblicke in die digitalen Koranauslegung von Hannah Hansen verdeutlicht, dass religiöse Kommunikation in sozialen Medien tief in die Lebenswelt junger Muslim:innen eingreift. Für die islamische Religionspädagogik eröffnet sich dadurch ein ambivalentes Spannungsfeld zwischen neuen Chancen und ernstzunehmenden Herausforderungen. Religiöse Bildung steht heute vor der Aufgabe, das Phänomen digitaler Sinnproduktion nicht nur zu beobachten, sondern aktiv in ihre Reflexions- und Lernprozesse zu integrieren.

4.1 Lebensweltliche Anschlussfähigkeit und neue Lernräume

Die zunehmende Bedeutung digitaler Medien für religiöse Orientierungsprozesse eröffnet der islamischen Religionspädagogik neue Möglichkeiten. Religionspädagogische Forschung weist seit Längerem darauf hin, dass religiöses Lernen besonders dort wirksam werden kann, wo es an die Lebenswelten, Erfahrungen und Deutungsfragen der Lernenden anschließt.⁵¹ Digitale religiöse Kommunikationsformen stellen insofern einen relevanten Ausgangspunkt dar, da sie für viele Jugendliche bereits Teil ihrer alltäglichen religiösen und weltanschaulichen Orientierung sind.

Beiträge muslimischer Influencer:innen können in Lernkontexten und Bildungsräumen als Reflexionsanlässe genutzt werden, um Fragen nach religiöser Autorität, Authentizitätszuschreibungen, Glaubwürdigkeit und der Deutung religiöser Quellen zu thematisieren. Sie ermöglichen es, die Mechanismen digitaler Religionskommunikation sichtbar zu machen und gemeinsam mit den Lernenden kritisch zu analysieren. Der Koran ist dabei nicht allein als überlieferter Text, sondern auch als Gegenstand gegenwärtiger Kommunikations- und Deutungsprozesse, in denen religiöse Bedeutungen öffentlich ausgehandelt werden.

Die Analyse der Beiträge von Hannah Hansen legt nahe, dass religiöse Kommunikation in sozialen Medien häufig über emotionale Beteiligung, persönliche Glaubenszeugnisse und lebensweltliche Anschlussfähigkeit vermittelt wird. Für die Religionspädagogik könnte sich daraus die Aufgabe ergeben, emotionale Erfahrungen weder zu idealisieren noch zu marginalisieren, sondern sie als Ausgangspunkt theologischer Reflexion ernst zu nehmen.

Das Phänomen des *Sinnfluencing* verweist somit auf die Notwendigkeit, emotionale Beteiligung und kritische Reflexion nicht als Gegensätze, sondern als komplementäre Dimensionen religiöser Bildung zu verstehen. Emotional erzählte

⁵¹ Vgl. Mendl, Hans / Lamberty, Alexandra / Sitzberger, Rudolf (2023) 66–70.

Glaubensgeschichten, performative Frömmigkeit und digitale Identifikationsangebote können Lernende affektiv ansprechen und zugleich Anlass bieten, religiöse Deutungen kritisch zu hinterfragen. Die Verbindung lebensweltlicher Erfahrungen mit theologischer Analyse ermöglicht es, die Fähigkeit zur reflektierten Urteilsbildung zu fördern und Jugendliche dabei zu unterstützen, religiöse Orientierungsangebote im digitalen Raum eigenständig einzuordnen und zu bewerten.⁵²

4.2 Förderung kritischer Urteilskompetenz

Des Weiteren macht die Analyse deutlich, dass emotionale Resonanz und persönliche Glaubwürdigkeit zwar wichtige Faktoren digitaler Religionskommunikation darstellen, für sich genommen jedoch kein hinreichendes Kriterium für die theologische Tragfähigkeit religiöser Deutungen sind. Die untersuchten Beiträge zeigen, dass koranische Aussagen in sozialen Medien häufig in verdichteter Form kommuniziert werden und dabei komplexe exegetische Zusammenhänge zugunsten lebensweltlicher Anschlussfähigkeit, moralischer Orientierung und emotionaler Beteiligung in den Hintergrund treten können. Daraus ergibt sich für den islamischen Religionsunterricht die Aufgabe, Lernende zu einer kritisch-reflexiven Auseinandersetzung mit digitalen religiösen Angeboten zu befähigen.⁵³

Im Zentrum stehen dabei zwei eng miteinander verbundene Kompetenzbereiche. Zum einen bedarf es einer (1) hermeneutischen Kompetenz, die es ermöglicht, den Koran als historisch, sprachlich und kontextuell vielschichtigen Text wahrzunehmen und unterschiedliche Deutungsangebote kritisch zu reflektieren. Zum anderen ist eine (2) medienbezogene Urteilskompetenz erforderlich, die Lernende befähigt, digitale Kommunikationsformen, Plattformlogiken, Inszenierungsstrategien und Mechanismen algorithmischer Sichtbarkeit kritisch zu analysieren.

Beide Kompetenzbereiche stehen in einem wechselseitigen Zusammenhang. Religiöse Inhalte lassen sich in digitalen Kontexten nur angemessen beurteilen, wenn sowohl ihre theologischen Voraussetzungen als auch ihre medialen Vermittlungsformen berücksichtigt werden. Religionspädagogisch verweist dies auf die Notwendigkeit einer theologischen Medienbildung, die Medien nicht lediglich als technische Werkzeuge versteht, sondern als kulturelle und religiöse Deutungsräume, in denen Sinn, Autorität und Identität verhandelt werden.⁵⁴

⁵² Vgl. Binici, Erkan (2025) 105–112; Mendl, Hans / Lamberty, Alexandra / Sitzberger, Rudolf (2023) 73–76.

⁵³ Vgl. Bildungsplan Islamische Religionslehre sunnitischer Prägung (BW 2016) 9–10, 12–13.

⁵⁴ Vgl. Mendl, Hans / Lamberty, Alexandra / Sitzberger, Rudolf (2023) 71–74, 77.

Ziel einer solchen theologischen Medienbildung ist es, Lernende dazu zu befähigen, digitale religiöse Angebote weder unkritisch zu übernehmen noch vorschnell zurückzuweisen, sondern diese reflektiert einzuordnen, theologisch zu beurteilen und eigenständig zu bewerten.

4.3 Vielfalt, Diskursfähigkeit und theologische Orientierung

Ein weiterer religionspädagogischer Mehrwert digitaler Religionskommunikation liegt in der Sichtbarkeit religiöser Pluralität. Plattformen wie Instagram oder TikTok machen deutlich, dass religiöse Deutungen nicht monolithisch sind, sondern innerhalb des Islams unterschiedliche theologische, spirituelle und lebensweltliche Akzentsetzungen nebeneinander existieren. Digitale Medien eröffnen dadurch Einblicke in die Vielfalt gegenwärtiger muslimischer Glaubenspraxis und machen innerislamische Aushandlungsprozesse unmittelbar sichtbar.

Für die islamische Religionspädagogik ergibt sich daraus die Möglichkeit, unterschiedliche Formen religiöser Argumentation und Sinnstiftung vergleichend zu thematisieren. Die Vielfalt digitaler Stimmen kann als Anlass dienen, verschiedene Positionen zu Fragen religiöser Praxis, Autorität und Glaubensauslegung zu analysieren und kritisch zu diskutieren. Dabei geht es nicht primär um die Entscheidung für eine bestimmte Position, sondern um die Fähigkeit, unterschiedliche Deutungen wahrzunehmen, ihre Voraussetzungen zu verstehen und sie argumentativ einordnen zu können.

Religionspädagogisch lässt sich dies mit dem Konzept der Ambiguitätskompetenz verbinden. Gemeint ist die Fähigkeit, mit Mehrdeutigkeit, Offenheit und konkurrierenden Wahrheitsansprüchen konstruktiv umzugehen, ohne diese vorschnell aufzulösen.⁵⁵ Angesichts der Vielfalt religiöser Positionen im digitalen Raum gewinnt diese Kompetenz zunehmend an Bedeutung. Lernende sollen befähigt werden, unterschiedliche religiöse Perspektiven auszuhalten, kritisch zu reflektieren und zugleich eine eigene begründete Position zu entwickeln.

Digitale Religionskommunikation kann somit einen Beitrag zur Förderung von Diskursfähigkeit leisten, indem sie die Auseinandersetzung mit innerislamischer Vielfalt anregt und dazu herausfordert, religiöse Deutungen argumentativ zu prüfen. Dies entspricht auch den Zielsetzungen des islamischen Religionsunterrichts, der Schülerinnen und Schüler dazu befähigen soll, sich in einer pluralen

55 Vgl. Schwarz, Susanne (2022) 46–48.

religiösen Wirklichkeit orientieren und verantwortete religiöse Urteile bilden zu können.⁵⁶

Gleichzeitig braucht diese Offenheit eine theologische Rahmung: Schüler:innen müssen Orientierungskriterien entwickeln können, um zwischen reflektierten Deutungen und populistischen Vereinfachungen zu unterscheiden. Hier kommt dem islamischen Religionsunterricht eine vermittelnde Rolle zu. Ein solcher Religionsunterricht soll nicht bevormunden, aber befähigen. Eine Unterrichtspraxis, die digitale Beispiele wie die Koraninterpretationen von Hannah Hansen aufgreift, kann Schüler:innen dazu anleiten, Formen von Religiosität kritisch zu befragen, ohne sie pauschal abzuwerten.

Zugleich kann durch den Vergleich klassischer Exegese mit digitalen Verkürzungen (z. B. Ibn Kaṭīr, ar-Rāzī oder aṭ-Ṭabarī) das Bewusstsein für die Tiefe koranischer Hermeneutik gestärkt werden. Die Differenz zwischen *Wirkung* und *Bedeutung* wird dadurch didaktisch erfahrbar. Demnach gilt: Was in sozialen Medien emotional wirkt, muss nicht notwendigerweise theologisch stimmig sein.

4.4 Herausforderungen: Emotionalisierung, Normativismus und Oberflächlichkeit

Neben den pädagogischen Chancen zeigen sich auch deutliche Herausforderungen. Die emotionale Aufladung religiöser Kommunikation in sozialen Medien kann zu einer *Affektsteuerung* führen, die kritische Distanz erschwert. Jugendliche neigen dazu, emotionale Authentizität mit religiöser Wahrhaftigkeit zu verwechseln. Dadurch kann sich ein unreflektiertes Vertrauen in charismatische Online-Persönlichkeiten entwickeln.⁵⁷

Ein weiteres Problem besteht in der *Normativierung religiöser Praxis*. Wenn Koranverse – wie bei Hansen – auf moralische Gehorsamsforderungen reduziert werden, entsteht der Eindruck, Frömmigkeit sei primär eine Frage der äußeren Pflichterfüllung. Solche Formen digitaler Religiosität bergen die Gefahr, spirituelle, ethische und intellektuelle Dimensionen des Glaubens zu verengen und ein dualistisches Weltbild zu reproduzieren.

Hinzu kommt eine zunehmende *Oberflächlichkeit theologischer Auseinandersetzung*. Die Logik sozialer Medien – Kürze, Wiederholung, Emotionalität – steht im Spannungsverhältnis zu theologischer Komplexität und Ambiguität. Für den

⁵⁶ Vgl. Bildungsplan Islamische Religionslehre sunnitischer Prägung (BW 2016) 4–6, 9, 13.

⁵⁷ Vgl. Sarıkaya, Büşra F. (2024) 106–107.

Unterricht bedeutet dies, dass Lehrkräfte gezielt Räume schaffen müssen, in denen Verlangsamung, Vertiefung und Textarbeit möglich sind.

5. Fazit und Ausblick

Die vorliegende Untersuchung hat am Beispiel ausgewählter Instagram-Beiträge von Hannah Hansen gezeigt, wie koranbezogene Deutungen in digitalen Kommunikationsräumen vermittelt, autorisiert und lebensweltlich anschlussfähig gemacht werden. Die Analyse verdeutlicht, dass religiöse Kommunikation auf sozialen Medien nicht allein durch ihren theologischen Gehalt geprägt wird, sondern wesentlich im Zusammenspiel von koranischen Bezügen, narrativen und rhetorischen Strategien, performativen Formen der Selbstpräsentation sowie emotionalen Anrufungen entsteht.

Die Untersuchung bestätigt damit zentrale Beobachtungen der Forschung zu *Digital Religion*, wonach digitale Medien nicht lediglich neue Verbreitungskanäle religiöser Inhalte darstellen, sondern eigenständige Räume religiöser Kommunikation und Autorisierung hervorbringen. Die analysierten Beiträge zeigen zugleich, dass koranische Deutungen in sozialen Medien häufig in verdichteten, personalisierten und emotional anschlussfähigen Kommunikationsformaten vermittelt werden. Im untersuchten Material treten insbesondere moralisch-praktische Dimensionen koranischer Aussagen hervor, während andere in der klassischen Exegese stärker betonte Aspekte – etwa historische Kontextualisierung, philologische Differenzierung oder die Mehrschichtigkeit exegetischer Traditionen – weniger stark akzentuiert werden.

Gleichzeitig wird deutlich, dass digitale Formen religiöser Kommunikation nicht allein unter dem Gesichtspunkt möglicher Verkürzungen betrachtet werden sollten. Die Resonanz der Beiträge verweist vielmehr auf ein Bedürfnis vieler junger Muslim:innen nach Orientierung, Sinnstiftung, Zugehörigkeit und religiöser Selbstvergewisserung. Digitale Religionskommunikation eröffnet damit neue Möglichkeiten religiöser Teilhabe und macht sichtbar, dass religiöse Bildung und Sinnsuche zunehmend auch außerhalb klassischer institutioneller Kontexte stattfinden.

Für die Islamische Religionspädagogik ergeben sich daraus mehrere Konsequenzen. Erstens bedarf es einer theologischen Medienbildung, die Lernende dazu befähigt, digitale religiöse Angebote sowohl hinsichtlich ihrer theologischen Voraussetzungen als auch ihrer medialen Inszenierungsformen kritisch zu reflektieren. Zweitens verweist die Vielfalt digitaler religiöser Stimmen auf die Bedeutung

von Ambiguitätskompetenz, also der Fähigkeit, mit unterschiedlichen religiösen Deutungen konstruktiv umzugehen und diese argumentativ einordnen zu können. Drittens legen die Ergebnisse nahe, emotionale Beteiligung und kritische Reflexion nicht als Gegensätze, sondern als komplementäre Dimensionen religiöser Bildungsprozesse zu verstehen. Digitale religiöse Inhalte können insofern produktive Lernanlässe darstellen, wenn sie im Unterricht aufgegriffen, analysiert und theologisch vertieft werden.

Die vorliegende Untersuchung versteht sich als explorative Fallstudie. Künftige Forschung sollte digitale Religionskommunikation auf weitere Plattformen, Akteur:innen und religiöse Milieus ausweiten sowie sprachliche, visuelle und performative Dimensionen systematisch zusammendenken. Dabei stellt sich insbesondere die Frage, wie unterschiedliche Plattformlogiken religiöse Deutungs- und Autorisierungsprozesse prägen. Zugleich eröffnet die rasante Entwicklung generativer Künstlicher Intelligenz neue Herausforderungen für die Islamische Theologie und Religionspädagogik. Large Language Models wirken zunehmend an der Produktion und Vermittlung religiösen Wissens mit und verändern die Bedingungen religiöser Autorisierung erneut. Die Förderung theologischer Urteilskraft und digitaler Mündigkeit dürfte daher zu den zentralen Aufgaben islamisch-theologischer Bildungsarbeit der kommenden Jahre gehören.

Literaturverzeichnis

- Albrecht, Christian. (2025). Digitale Narration und Ästhetik. TikTok aus film-, medien- und deutschdidaktischer Perspektive. In Frank Fischer, Simon Meier-Vieracker, & Lisa Niendorf (Hrsg.), *TikTok – Memefication und Performance* (Bd. 2). J. B. Metzler. https://doi.org/10.1007/978-3-662-70712-8_10
- Andok, Mónika. (2024). The impact of online media on religious authority. *Religions*, 15(9), 1103. <https://doi.org/10.3390/rel15091103>
- Aslandur, Ibrahim. (2025). *Die prinzipienorientierte Lesart des Koran: Deduktive Zugänge und bildungstheoretische Perspektiven*. transcript Verlag.
- Binici, Erkan. (2025). Von „Datteltätern“ und „Islamfakten“: Was muslimische Jugendliche über „Sinnfluen- cing“ sagen. *Forum Islamisch-Theologische Studien*, 4(1), 97–117. https://doi.org/10.71573/2941122X_2025_4-1_122
- BP-SEK-1. (2016). *Bildungsplan Baden-Württemberg: Islamische Religionslehre sunnitischer Prägung*. <https://www.bildungsplaene-bw.de>
- Campbell, Heidi A. (2012). Introduction. The rise of the study of digital religion. In Heidi A. Campbell (Hrsg.), *Digital Religion: Understanding Religious Practice in New Media Worlds* (S. 1–21). Routledge.
- Campbell, Heidi A. (2021). *Digital Creatives and the Rethinking of Religious Authority*. Routledge.

- Döring, Nicola. (2013). Wie Medienpersonen Emotionen und Selbstkonzept der Mediennutzer beeinflussen. Empathie, sozialer Vergleich, parasoziale Beziehung und Identifikation. In Wolfgang Schweiger & Andreas Fahr (Hrsg.), *Handbuch Medienwirkungsforschung* (S. 295–310). Springer VS. https://doi.org/10.1007/978-3-531-18967-3_15
- Bunt, Gary R. (2018). *Hashtag Islam: How Cyber-Islamic Environments Are Transforming Religious Authority*. UNC Press Books.
- Hansen, Hannah. (2025a, 19. Februar). Instagram-Beitrag. <https://www.instagram.com/p/DCmYZyduBCI/>
- Hansen, Hannah. (2025b, 19. Februar). Instagram-Beitrag. <https://www.instagram.com/p/DFvdYgaOxXX/>
- Hansen, Hannah. (2025c, 18. Februar). Instagram-Beitrag. <https://www.instagram.com/p/DF8O2G0Nkkg/>
- Hansen, Hannah. (2025d, 17. Februar). Instagram-Beitrag. <https://www.instagram.com/p/DFYPH7I0K40/>
- Hansen, Hannah. (2025e, 17. Februar). Instagram-Beitrag. <https://www.instagram.com/p/DFImSPLAWn4/>
- Hoover, Stewart M. (2025). *Religion in the Media Age*. Routledge.
- Horton, Donald, & Wohl, Richard R. (1956). Mass communication and para-social interaction: Observations on intimacy at a distance. *Psychiatry*, 19(3), 215–229. <https://doi.org/10.1080/00332747.1956.11023049>
- Konuk, Hümeýra. (2024). Ilmihal und Bildungstechnologien für die Vermittlung des religiösen Grundwissens. In Yaşar Sarıkaya (Hrsg.), *Herausforderung Digitalisierung: Islamische Theologie im digitalen Zeitalter* (S. 171–188). De Gruyter.
- Mayrhofer, Florian. (2021). Visuelles Storytelling mit Selfies als digitale Bildpraktik im Religionsunterricht. In Abdul-Hafiez Massud & Claudia Hild (Hrsg.), *Religiöse Bildung bis 2030: Hürden und Chancen* (Bd. 1, S. 251–271). Verlag Empirische Pädagogik.
- Mayring, Philipp, Fenzl, Thomas, & Theomas, T. (2019). Qualitative Inhaltsanalyse. In Nina Baur & Jörg Blasius (Hrsg.), *Handbuch Methoden der empirischen Sozialforschung*. Springer VS. https://doi.org/10.1007/978-3-658-21308-4_42
- Mendl, Hans, Lamberty, Alexandra, & Sitzberger, Rudolf. (2023). Influencer, Christfluencer, Sinnfluencer: Das didaktische Potenzial von Selbstpräsentationen in digitalen Welten. In André Schütte & Jürgen Nielsen-Sikora (Hrsg.), *Wem folgen? Über Sinn, Wandel und Aktualitäten von Vorbildern* (S. 65–79). J. B. Metzler. https://doi.org/10.1007/978-3-662-66838-2_6
- Nasr, Seyyed H., Dagli, Caner K., Dakake, Maria M., Lombard, Joseph E. B., & Rustom, Mohammed (Hrsg.). (2015). *The Study Qur'an: A New Translation and Commentary*. HarperOne.
- Sarıkaya, Büşra F. (2024). Muslimische Influencerinnen. In Yaşar Sarıkaya (Hrsg.), *Herausforderung Digitalisierung: Islamische Theologie im digitalen Zeitalter* (S. 91–110). De Gruyter.
- Schreiber, Maria, & Kramer, Michaela. (2016). „Verdammt schön“: Methodologische und methodische Herausforderungen der Rekonstruktion von Bildpraktiken auf Instagram. *Zeitschrift für Qualitative Forschung*, 17(1–2), 81–106. <https://doi.org/10.3224/zqf.v17i1-2.25544>

Schwarz, Susanne. (2022). Ambiguity-in school material. *Theo-Web*, 21(1), 45–60.

Seeger, Christof, & Kost, Julia F. (2020). *Influencer Marketing: Grundlagen, Strategie und Management* (2., überarb. u. erw. Aufl.). UVK.

Stalder, Felix. (2016). *Kultur der Digitalität*. Suhrkamp.

Slama, Martin, & Barendregt, Bart. (2018). Online publics in Muslim Southeast Asia. In between religious politics and popular pious practices. *Asiascape: Digital Asia*, 5(1), 3–31.