



Patrick Haenni, Husam Tamam

Ganz entspannt shoppen im al-Salam Center

Ägyptens neue Prediger und der hedonistische Islam

Dreißig Jahre nach dem Aufschwung des Islam als politischer Bewegung stellt man fest, dass der Islam nun einer neuen Entwicklung folgt: Das Design der Schleier folgt internationalen Modetrends, und im Fernsehen wird gepredigt, individueller Erfolg und Reichtum seien gottgefällig. Auch die dazugehörige Musik klingt mehr und mehr nach Pop.

Seit Mitte der 1990er-Jahre hat sich die politische Landschaft Ägyptens deutlich gewandelt. Überraschenderweise war der spektakuläre Anschlag auf eine Touristengruppe in Luxor 1997 die letzte gewaltsame Aktion islamistischer Untergrundorganisationen. Die "junge Generation" von Islamisten (al-Dschil al-Dschadid) bekannte sich zu demokratischen Prinzipien und vertrat ihre religiösen Überzeugungen im Rahmen neu gegründeter Parteien: al-Wasat ("die Mitte"), al-Islah ("Reform") und al-Scharia.

Die Muslimbruderschaft (al-Ichuan), nach wie vor die bedeutendste islamistische Organisation, schloss in letzter Zeit Bündnisse mit ihren ehemaligen Gegnern: Anlässlich einer Kampagne zur Solidarität mit den Palästinensern agierte sie gemeinsam mit den Marxisten der linken Fortschrittlich-Unionistischen Sammlungspartei (Tagammu), und als es galt, am 27. Februar 2003 im Sportstadion von Kairo eine gewaltige Protestkundgebung gegen die geplante US-Intervention im Irak zu organisieren, unterstützte sie sogar die regierende Nationaldemokratische Partei (NDP) von Präsident Mubarak.

Damit verliert eine politische Konfrontation an Bedeutung, die ein Vierteljahrhundert lang die Dynamik der Islamisierung bestimmt hat – die Konkurrenz zwischen dem (religiösen) offiziellen und dem (oppositionellen) politischen Islam. Die Hauptvertreter beider Richtungen stehen nach dem Ende dieses "Kalten Kriegs" als Verlierer da. Die Koranglehrten der Al-Azhar-Universität – Protagonisten des "offiziellen Islam" – sind wegen ihrer Kollaboration mit dem Regime in die Kritik geraten, zudem gelten die Ulema in den Augen vieler Städter der jüngeren Generation als "altmodisch und weltfremd". Doch auch die Muslimbrüder mit ihren angeblich guten Beziehungen zum islamistischen Untergrund haben viel von ihrem Ansehen, das sie noch in den 1980er-Jahren besaßen, eingebüßt, nachdem Ägypten fünf Jahre lang von Anschlägen heimgesucht worden war. Und die radikalen Splittergruppen haben ihre Aktivitäten eingestellt oder sich in die Randgebiete der muslimischen Welt abgesetzt – so soll sich der ägyptische Dschihad durch die Vermittlung von Ayman Zawahri der al-Qaida Ussama Bin Ladens angeschlossen haben.

Doch es traten neue islamische Propagandisten auf: Kanzelredner übernahmen die Methoden US-amerikanischer Fernsehprediger, Künstler bekundeten öffentlich Reue und bekehrten sich wieder zum Islam, selbst ernannte Repräsentantinnen des Islam aus bürgerlichen Kreisen richteten "islamische Gesprächskreise" im Stil der traditionellen "Salons" ein. Es gab plötzlich Musikgruppen, die das Lied des Islam sangen, "unabhängige" islamistische Intellektuelle meldeten sich zu Wort.

Was diese neuen Akteure verbindet, lässt sich in vier Punkten zusammenfassen. Erstens: Sie haben fast alle eine weltliche Ausbildung genossen, erst später zum Islam gefunden und sich nur oberflächliche religiöse Kenntnisse angeeignet. Zweitens: Sie kommen aus privilegierten sozialen Schichten, sind jung und sozial abgesichert. Drittens: Sie engagieren sich für Projekte, die für eine Versöhnung fremder kultureller Einflüsse mit dem Islam stehen, um dessen schwindender öffentlicher Wirkung zu begegnen. Und viertens: Sie wenden sich sowohl gegen den offiziellen wie gegen den politischen Islam.

Längst vollzieht sich in Ägypten ein Wertewandel, der an den Vorstellungen einer Schicht gut ausgebildeter und gut verdienender junger Stadtbewohner orientiert ist. Diese ägyptischen Yuppies wollen keine umwälzenden Veränderungen. Sie leben in der Gegenwart und propagieren die Werte einer weltlichen und eher ernüchternden Zukunft: Individualismus, Hedonismus, Konsum und persönliches Wohlergehen. Das bedeutet für einen Teil der islamistischen Bewegung eine Abkehr vom Politischen.

Typisch für diese Entwicklung ist der Umgang mit dem Schleier (Hidschab), der in den 1970er-Jahren ein zentrales Thema der Re-Islamisierung war. Heute gilt er kaum noch als Symbol einer Abkehr von den westlichen Werten, eher steht er für eine Art von nichtislamistischem Bezug auf die islamische Tradition. Dabei sind die kulturellen Wurzeln gar nicht mehr so wichtig – die Orientierung geht eher in Richtung Konsumdenken, Marktorientierung und globale Trends.

Der klassische Schleier wird zwar noch auf dem Vorplatz der Moscheen feilgeboten, aber längst hat sich die Modebranche dazu etwas einfallen lassen. In den Boutiquen für die verschleierte Frau regieren internationale Standards. Das kommt schon in den teils englisch, teils französisch inspirierten Ladenschildern zum Ausdruck: "al-Muhadschaba Home", "al-Salam Shopping Center", "Flash" und "Amour". Mit den traditionellen Vorstellungen der Re-Islamisierung und ihrer Moral der Verhüllung weiblicher Reize hat das nichts mehr zu tun.

Den Fundamentalisten bereitet dieser Trend zum lockeren Umgang mit dem Schleier (al-muhadschaba al-mutaharrira) großes Kopfzerbrechen. Frauen, die "einen Designerschleier aus Paris tragen und mit ihren Kindern Englisch reden", werden von den radikaleren Fraktionen der Muslimbrüder verurteilt und (mit mäßigem Erfolg) auch von den Predigern an den Pranger gestellt – mit der Warnung, dass "Gott nichts verborgen bleibt".

Die Tendenz zur Entideologisierung und Anpassung an die Globalisierung kommt sogar im Naschid, dem religiösen Gesang, zum Ausdruck. Anfang der 1970er-Jahre hatten islamistische Gruppen an den Universitäten diese alte, aus dem Sufismus stammende Tradition wieder belebt und sich dabei von den Schriften ihrer inhaftierten Kämpfer inspirieren lassen, die das Hohelied des Dschihad, des Heldentums und des Märtyrertods gesungen hatten. Zehn Jahre

lang war das eine hochpolitische Angelegenheit, ähnlich wie das Tragen des Schleiers auf dem Campus: militante Parolen gegen staatliche Willkür, begleitet von traditionellen Instrumenten. Doch dann, unter dem Einfluss der islamisch-nationalistischen Hymnen der ersten palästinensischen Intifada (1987), entwickelte sich der Naschid zunehmend musikalisch: zunächst wurde der Gesang mit Tamburins begleitet, dann wurde Schlagzeug eingesetzt und schließlich der Synthesizer.

Ende der 1980er-Jahre entstanden zwei Musikgruppen, die in islamistischen Kreisen gern gebucht wurden, um bei den damals populären "islamischen Hochzeiten" aufzuspielen. Nun ging es im Naschid um neue Themen: Man wurde poetisch und besang die Liebe und das Glück – schließlich war die Jugend nicht mehr so aktivistisch gesinnt und hielt sich an die vorgegebenen Formen. Militante Parolen hätten die Hochzeitsfeier gestört.

In der zweiten Hälfte der 1990er-Jahre wurden diese Gruppen professioneller, sie verwendeten immer neue Instrumente, ließen sich ihre Auftritte bezahlen und brachten Audiokassetten auf den Markt. Heute gibt es über fünfzig solcher islamischen Bands, deren Namen kaum noch auf die religiöse Tradition verweisen. Sie heißen etwa al-Wa'd (das Versprechen) oder al-Dschil (die Generation). Nach einer gewissen Schamfrist haben sie das dschihadistische Repertoire abgelegt und versuchen, auf der Grundlage eines gemäßigten Predigertons den ägyptischen Popstars Konkurrenz zu machen. Ihre Lieder passen sich diesem Markt an: Sie handeln von nationaler Begeisterung – etwa von Pakistan oder Palästina –, bieten aber auch die klassischen romantischen Themen. Inzwischen ist der Naschid auch in der Fusion-Music beliebt – als Stilelement, das mit nichtarabischen Rhythmen, mit angloamerikanischem Pop, Rap und Jazz zusammengeht.

So haben Naschid und Hidschab Zugang zum Markt gefunden und sind heute zwei Paradebeispiele für die Vermischung islamischer Tradition mit der Popkultur und den Modetrends des Westens: In den 1970er- und 1980er-Jahren waren sie noch typische Zeichen religiöser Sittenstrenge, jetzt stehen sie für den ideologischen Niedergang des politischen Islam.

Dieser Wandel ist nicht untypisch. Ähnliche Entwicklungen haben sich in der islamischen Ökonomie vollzogen, die zunehmend in die internationale Wirtschaft integriert ist¹, und auch bei den islamischen Wohlfahrtseinrichtungen, die angesichts des (von vielen Islamisten auch begrüßten) staatlichen Rückzugs aus der sozialen Verantwortung als ein zusätzliches Sicherungsnetz geschätzt werden. Und die neue Art von Frömmigkeit, die man in Teilen des Bürgertums beobachten kann, ist durchaus vergleichbar mit dem westlichen New-Age-Spiritualismus, der sich je nach Bedarf bei den Weltreligionen bedient.

Magda Amer, eine junge Propagandistin des Islam aus der Kairoer Oberschicht, begeistert sich für Chakren², Yoga, Makrobiotik und Fußreflexzonenmassage: Zu ihren Kursen über Islam und alternative Medizin in der Moschee Abu Bakr al-Siddiq in Heliopolis, dem Wohnquartier der Reichen, finden sich die Damen der besseren Gesellschaft scharenweise ein.

Der Großmeister eines neuen Trends zur Predigt "light" ist Amr Chalid, verkünder einer geradezu protestantischen Ethik und der "Sorge um sich selbst". In weniger als vier Jahren hat es der 36-Jährige aus gutem Hause geschafft, zum bekanntesten Prediger in der arabischen Welt aufzusteigen. Auch in den Vorstadtsiedlungen Frankreichs findet er seine Zuhörer. Sein

Erfolgsrezept ist einfach: Er hat sich aus dem Konflikt zwischen dem offiziellen und dem politischen Islam herausgehalten und stattdessen ein marktgerechtes Produkt angeboten: einen Islam, der genau auf die aktuellen Bedürfnisse des städtischen Bürgertums zugeschnitten ist, der den inneren Frieden und das spirituelle Gleichgewicht der Gläubigen betont, der die Befolgung der rituellen Vorschriften nicht zum Selbstzweck erklärt und sich gegen die Vorstellung von einem strafenden Gott wendet.

Konsequenterweise tritt Amr Chalid auch nicht wie ein traditioneller Scheich in der weißen Dschellaba und mit dem typischen Vollbart auf, sondern glatt rasiert, in Anzug und mit Krawatte. Und er hält seine Predigten auch nicht auf Hocharabisch, sondern auf Ägyptisch. Von der klassischen "salafistischen" Botschaft hat er sich verabschiedet – in seinen Ansprachen erscheint ein gewährender, liebender Gott.

Reichtum als Tugend der Gläubigen

Chalid hat Pionierarbeit geleistet: Er brachte der arabischen Welt die religiöse Show nach dem Vorbild der US-amerikanischen Fernsehprediger. Inzwischen gibt es zahlreiche Nachahmer, die so genannten neuen Prediger, wie Chalid al-Guidi, al-Habib Ali und Safiat Hegasi.

Die zentrale Botschaft dieser neuen Richtung ist ganz einfach: Es geht um die "Versöhnung des Glaubens mit dem Leben". Das heißt, der Gläubige muss keine Opfer bringen, sondern nur ein paar "kleine Kompromisse" machen. Auf die Freuden des Lebens braucht niemand zu verzichten. Chalid lässt sich zum Beispiel gern im Vereinstrikot mit prominenten Fußballspielern im Stadion ablichten – ein sinniges Abbild für das neue Gleichgewicht von Körper und Geist. Vom heiligen Krieg ist nicht mehr die Rede, nicht einmal die Politik spielt hier noch eine Rolle. Ein Koranglehrter der Al-Azhar-Universität brachte diese Haltung zynisch auf den Punkt, als er Chalid als einen Vertreter der *daua diet* – der "Du darfst"-Predigt – bezeichnete. Die Muslimbrüder haben dafür den Begriff des "klimatisierten Islam" geprägt.

Amr Chalid predigt der *Jeunesse dorée* in Kairo und Alexandria einen Islam, der mit ihren Vorstellungen von Selbstverwirklichung, Modernität und Liberalität verträglich ist: Ehrgeiz, Reichtum, Erfolg, beruflicher Aufstieg, Professionalität und Sorge um sich selbst sollen dem Glauben nicht im Weg stehen. Einer seiner Gefolgsleute hat die Vorstellung vom Reichtum als Tugend und vom Heil durch gute Werke ganz unbefangen auf den Punkt gebracht: "Reichtum ist ein Geschenk des Himmels, ein Muslim mit großem Vermögen wird sich durch großzügige Spenden an wohltätige Organisationen auszeichnen und damit Gottes Werk erfüllen."

Genauso sieht es auch der Prediger, der sich bei einem seiner Auftritte zu der Aussage hinreißen ließ: "Ich will reich werden, damit die Leute auf mich zeigen und sagen: 'Sieh mal, ein frommer Mann, der reich geworden ist.' Dann werden sie Gott lieben, weil ich reich bin. Ich will viel Geld haben und die besten Kleider tragen, nur um den Menschen Appetit auf die Religion zu machen." Er lässt auch keine Gelegenheit aus, Initiative und effiziente Zeitplanung zu empfehlen – Müßiggang und zu viel Schlaf gelten ihm als die schlimmsten Laster.

Das sind Unternehmerstandpunkte. "Um im Leben voranzukommen, muss man sich vor allem klare Ziele setzen und sie am besten schriftlich festlegen", meint Chalid. Und er ruft seine Zuhörer zur Produktivität auf: "Seid produktiv, indem

ihr eure Freunde großzügig unterstützt, indem ihr erfolgreich wirtschaftet, indem ihr die Gesellschaft weiterbringt." Ehrgeiz gilt ihm als hoher Wert: "Gott beweist dir seine Liebe, wenn er deinen Ehrgeiz anstachelt, dich dazu bringt, stets der Beste sein und in der Gesellschaft aufsteigen zu wollen."

Für ihn ist dieses Konzept zweifellos aufgegangen: Er hat sich das Urheberrecht an seinen Predigten gesichert und eine Reihe von Firmen gegründet, die seine Kassetten vertreiben, er ist religiöser Berater der saudischen Fernsehgesellschaft Iqraa und kann sich aussuchen, in welchen Aufsichtsräten islamischer Banken er sitzen will. Chalid predigt die Werte des Marktes als Botschaft eines unpolitischen Islam und hat sich als Unternehmer in der Religionsbranche selbst zum erfolgreichen Medienprodukt gemacht. Sogar der Fernsehsender der christlichen Milizen im Libanon (LBC) musste über den konfessionellen Schatten springen und sich dem Gesetz der Einschaltquoten beugen. Seit dem Ramadan 2003 wird die islamische Talkshow "Ua Nalqa al-Ahibba" ("Wiedersehen mit den Lieben") von Chalid ausgestrahlt – man hofft, Zuschauer in der Golfregion zu gewinnen und damit die Werbeeinnahmen erhöhen zu können.

Natürlich floriert dieser neue Stil islamischer Mission auch außerhalb Ägyptens. Seit fünf Jahren ist das Thema Unternehmensführung in allen ägyptischen islamistischen Verlagen der Renner. Mohammed Abdel-Gawad, ein ehemaliger Aktivist der Muslimbruderschaft, bietet zum Beispiel zahlreiche Schriften zum Management nach islamistischen Prinzipien an: "Die Geheimnisse erfolgreicher Verwaltung zur Zeit des Propheten", "Die Staatsführung des Propheten und die zwischenmenschlichen Beziehungen" usw. In Marokko kann man aus einer ähnlichen Propagandaschrift erfahren, wie "Die Gnade Gottes zum Wohl des Unternehmens" einzusetzen sei, und in den Golfstaaten vertreibt ein islamistischer Verlag einen Leitfaden mit "Zehn Verhaltensregeln als Schlüssel zum Erfolg". Abdullah Gymnastiar, populärster islamistischer Prediger in Indonesien, bietet auch Management- und Motivationskurse an.

Selbst die staatlichen Institutionen können sich dem Trend nicht entziehen. Im ägyptischen Ministerium für den Waqf (die religiösen Stiftungen oder "Güter der toten Hand")³ wird bei neuen Projekten stets der Schwerpunkt auf die soziale Funktion von Moscheen, die Zivilgesellschaft und die sozialen Selbsterhaltungskräfte gelegt. In einem Seminar an der Al-Azhar-Universität geht es darum, wie Methoden des amerikanischen Marketing genutzt werden könnten, um die Daua – die islamische Mission – weiterzuentwickeln.

Natürlich könnte man solche Versuche, die Rolle der Religion in der Gesellschaft neu zu definieren und zu bekräftigen, gelassen betrachten und sich über die synkretistischen Seltsamkeiten bei dieser "Rückkehr zum Islam" amüsieren. Aber es handelt sich hier nicht um das Aufkommen eines "islamischen Humanismus", sondern um das Eindringen ultraliberaler Wirtschaftskonzepte in die islamische Vorstellungswelt. Und dieser Prozess vollzieht sich vor dem Hintergrund zunehmender sozialer Ungleichheit. Dabei wäre ein Gegenentwurf, eine überzeugende Antwort auf den globalen Vormarsch der wirtschaftsliberalen Prinzipien, dringend vonnöten. Unter den jungen islamistischen Intellektuellen wächst das Interesse an Alternativen zur Globalisierung, es gibt bereits eine Vereinigung namens al-Dschanub (der Süden), die sich in der Tradition der Solidarität mit der Dritten Welt sieht. Vielleicht gibt es nicht nur Trends, sondern auch Anzeichen einer neuen Orientierung im Islam.

- ¹ Siehe Ibrahim Warde, "Eine unwahrscheinliche Erfolgsgeschichte", *Le Monde diplomatique*, Sept. 2001.
- ² Im Sanskrit bedeutet chakra "Rad", der Begriff steht in der traditionellen indischen Medizin für ein Zentrum der Energie, das Gesundheit und psychisches Gleichgewicht bestimmt.
- ³ Der Waqf ist die Verwaltung von Gütern – Land, Gebäude, Unternehmen –, die dem Islam gestiftet wurden. Ihr Ertrag muss wohltätigen Zwecken oder religiösen Einrichtungen zugute kommen.

Published 2003–09–30

Original in French

Translation by Edgar Peinelt

Contribution by Le Monde diplomatique (Berlin)

© Le Monde diplomatique

© Eurozine