

# „Der islamistische Kulturkampf hat sein Auge auf die Schönheitsindustrie geworfen“

von Shireen Qudosi - Übersetzung: Daniel Heiniger

[Veröffentlicht am 03.04.2017 von gatestoneinstitute.org](#)

---

- Das lange Spiel der westlichen Muslime, die nichts für westliche Werte übrig haben, war weitgehend unberührt von einer veränderten politischen Landschaft, als sie zu einer neuen Kampfarena übergangen: Der Kultur.
- "Mode ist einer der Kanäle, in denen wir diese kulturelle Verschiebung in der heutigen Gesellschaft beginnen können, um den Hijab in Amerika zu normalisieren." — Melanie Elturk, CEO von Haute Hijab.
- Die schöne Nura Afia ist in einer Werbekampagne eine viel attraktivere und verbraucherfreundlichere Alternative zu CAIRs Nihad Awad oder der politischen Komplexität der Muslimbruderschaft. Das Gesicht hat sich geändert, doch die Botschaft bleibt dieselbe.
- Hier haben Sie die beiden Gesichter des islamistischen Denkens, eines, das den Mythos des Friedens unterstreicht, während es die abweichenden Stimmen als unwissend, rassistisch oder bigott anschwärzt. Mittlerweile halten CoverGirl und andere Marken, den Hijab als neuen Maßstab der Schönheit hoch und ignorieren die hässlichen Ursprünge des Hijabs.

Als sich das Jahr 2016 seinem Ende zuneigte, waren viele Leute auf das Kommende gespannt, nach einer definierenden Präsidentschaftswahl zwischen einer Auswahl (Clinton), die für den Status quo stand, und der anderen (Trump), die als Vorbote eines entschlossenen Sieges gegen den radikalen Islam gesehen wurde. Für viele Muslime gab es eine dritte Wahl. Nicht gebunden an die wechselnden Gezeiten von Wahlen, war das lange Spiel der westlichen Muslime, die nichts für westliche Werte übrig haben, weitgehend unberührt von einer veränderten politischen Landschaft, als sie zu einer neuen Kampfarena übergangen: Der Kultur.

Im Jahr 2016 [lancierte](#) das Elite-Modelabel Dolce und Gabbana eine "Abaya- und Hijab-Kollektion". Monate später, an der New York Fashion Week, einem Mekka der Eleganz, sah man den [ersten Catwalk](#), auf dem die Schweinwerfer Models beleuchteten, die in volle Hijabs gekleidet waren.

Der islamistische Einfluss nutzt nun westliche Kultur, um die islamistischen Werte in den begehrten Kreisen der Gesellschaft zu verfestigen: Mode und Schönheit.

Melanie Elturk, CEO von Haute Hijab, einer führenden US-amerikanischen Hijab-Marke, [teilte](#) offenbar einen weit verbreiteten Glauben mit, als sie sagte, dass "Mode einer der Kanäle ist, in dem wir diese kulturelle Verschiebung in der heutigen Gesellschaft beginnen können, um den Hijab in Amerika zu normalisieren."

Später in diesem Jahr kündigte CoverGirl, eine beliebte erschwingliche Make-up-Linie,

die muslimische Schönheitsbloggerin Nura Afia als seine neueste "[Marken-Botschafterin](#)" an. Als 23-jährige Frau und Mutter moderiert Afia einen YouTube-Kanal mit über 200.000 Abonnenten für Hijab- und Make-up-Tutorials. Sie [steht](#) nun neben Prominenten wie CoverGirls erstem männlichen Make-up-Model [James Charles](#); dem Star aus *Modern Family* Sofia Vergara und der Pop-Sängerin Katy Perry, in einer Kampagne, die Make-Up-Marken bewirbt, die auf Kundschaft ausgerichtet ist, die oberflächlicher "Vielfalt" und "Gleichheit" applaudiert.



*Links: Marks & Spencers Paisley Posterdrucke Burkini. Rechts: Ein Outfit aus der Dolce & Gabbana Abaya- und Hijab-Kollektion.*

Es posierten zusammen für eine CoverGirl-Kampagne zur Darstellung von "Diversity": ein männliches Make-up-Model, eine "Hijabi", ein weiblicher Latina-TV-Star und eine Pop-Sängerin. Es handelt sich um ein visuelles Tableau, das versucht, an ein Publikum zu appellieren, das "Vielfalt" schätzt - eine, die auf einer "Gleichheit" basiert, die ganz auf Erscheinung statt auf Werten oder intrinsischem Wert basiert. Anstatt den Markt der Ideen zu erforschen, wie es mit Identität, Glaube und amerikanischen Werten aussieht, haben wir jetzt Werbekampagnen, die konkurrierende Ideen im Trichter des Multikulturalismus homogenisieren. In diesem Fall werden eine bekannte Pop-Sängerin und ein TV-Star als Gateways benutzt, um den Hijab als normal und vielleicht sogar begehrenswert zu etablieren.

Besonders die Schönheits- und Modebranche bietet eine Form, in der intellektueller Diskurs und kultureller Kommentar beiseite gewischt wird, um Meinung zu propagieren. Diese Meinung wird dann geformt, verpackt und als Produkt einer Bevölkerungsgruppe aufgedrängt, die bereits für solche Botschaften empfänglich ist. Mit CoverGirls neuer "Markenbotschafterin" Nura Afia widerspiegelt die Botschaft das

Mantra der Hardline-islamistischen Gruppen, die seit der Präsidentschaftswahl einen Großteil ihres politischen Bodens verloren haben. Der verlorene Boden wird nun in neuen Sphären durch Persönlichkeiten wie Afia wiedergewonnen, ohne jede Verbindung zu politischen Parteien.

Die schöne Nura Afia in einer Werbekampagne ist eine viel attraktivere und verbraucherfreundliche Alternative zu CAIRs Nihad Awad oder der politischen Komplexität der Muslimbruderschaft. Das Gesicht hat sich geändert, doch die Botschaft bleibt dieselbe.

In einem früheren [Refinery29-Interview](#) hatte Afia diese Botschaft mitzuteilen:

"Der Islam ist eine so schöne Religion, er ist friedlich und alle anderen verdrehen ihn, selbst die aus unserem eigenen Glauben. Wenn ich nur schon in die sozialen Medien schaue, so sehe ich, wie Muslime auf Muslime einprügeln, also wenn das passiert, kann ich nicht glauben, dass wir erwarten, dass Nichtmuslime nicht dasselbe tun. So sind Menschen wohl einfach, schätze ich. Es hat gar nichts mit Religion zu tun."

Doch in einem [Facebook-Posting](#) einen knappen Monat vorher, teilte Afia auch dieses:

"Wenn du feststellst, dass du nicht mehr mein FB-Freund bist, dann liegt es daran, dass du einen direkt ignoranten, rassistischen oder bigotten [Schimpfwort] geteilt oder gepostet hast."

Hier haben wir die beiden Gesichter des islamistischen Denkens. Das PR-freundliche Gesicht des islamistischen Denkens unterstreicht den [Mythos des Friedens](#), während auf der anderen Seite der Islamismus abweichende Stimmen als unwissend, rassistisch oder bigott ins Abseits stellt.

Mittlerweile halten CoverGirl und andere Marken den Hijab als neuen Maßstab der Schönheit hoch und ignorieren die hässlichen Ursprünge des Hijabs. Eine Handvoll islamischer Gelehrter glaubt, dass die Praxis des Hijab aus Ausgrenzungspraktiken hervorgegangen ist, um zwischen "gläubigen" Frauen (Muslimen) und "ungläubigen" Frauen (Nicht-Muslimen) zu unterscheiden. Die islamische Kultur begrüsst die Pietät, indem sie den Körper der muslimischen Frauen verschleiert, während sie gleichzeitig nichtmuslimische Frauen ihrer Würde beraubt, indem sie als Eigentum und Kriegsbeute gesehen werden, um sie zu verteilen und zu benutzen - eine vom Glauben zugelassene Praxis.

Der Ursprung der Hijab-Tradition im Islam datiert wahrscheinlich von vor dem Koran und kommt aus der frühen islamischen Gesellschaft. Der Koran, ein Buch, das das zivile und militärische Leben bis auf die kleinsten Details umreißt, bietet keine Doktrin, die explizit das Haar zu bedecken fordert. Der Koranvers ([33:59](#)), von dem man glaubt, dass er den Hijab verlangt, lautet:

"O Prophet, sag deinen Gattinnen und deinen Töchtern und den Frauen der Gläubigen, sie sollen etwas von ihrem Überwurf über sich herunterziehen. Das ist eher geeignet, daß sie erkannt und so nicht belästigt werden. Und Allah ist Allvergebend und Barmherzig."

Die Praxis, die Haare zu bedecken, wuchs aus einer sklavenbesitzenden Gesellschaft. Beim Reden über [Sure 33: 59-60](#), die den gläubigen Frauen rät, ihre Körper zu bedecken, äussert Professor Barlas eine weit verbreitete Ansicht unter den Akademikern:

"Das sind eher einfache Verse: Wenn die muslimischen Frauen ein Oberbekleidungsstück (jil-bab) anziehen, werden die nicht-muslimischen Männer sie als solche erkennen und sie nicht belästigen. In den frühen sklavenbesitzenden Gesellschaften wie Arabien trennte das "Gesetz des Schleiers" freie Frauen von Sklavinnen und daher Frauen, die ausserhalb der Reichweite waren gegenüber jenen, die 'Freiwild' waren (Lerner in Ahmed 1992:15). Das war die Gesellschaft, in der sich die erste muslimische Gemeinschaft formte und die anscheinend damals unter Belagerung stand."

Professor Barlas's Einschätzung wird von einigen islamischen Gelehrten aufgrund, ihrer Meinung nach, unzureichender Beweise diskutiert; Andere islamische Gelehrte, darunter [Professor Khaleel Mohammed](#), argumentieren, dass der Anspruch einiges für sich hat.

Der wichtigere Punkt ist: Sklaverei war zu jener Zeit übliche Praxis. Sie gedieh kulturell durch Akte sozialer und religiöser Abgrenzungen, wie der Hijab, der für viele Muslime zum Zeichen der Oberhoheit ihrer Klasse wurde, während Frauen, die nicht verschleiert waren, belästigt und angegriffen wurden und werden [\[1\]](#):

"...außer gegenüber ihren Gattinnen oder was ihre rechte Hand (an Sklavinnen) besitzt, denn sie sind (hierin) nicht zu tadeln," (Sure 70:30)

Der Islam hat, was für ihn spricht, viele Anreize geschaffen, sich von einer Sklavenbesitzer-gesellschaft zu entfernen, indem er es einfach machte, Sklaven in die Freiheit zu entlassen. Nach dem [Hadith](#) (Sahih Bukhari Band 3, Buch 46, Nr. 693) werden zum Beispiel Muslime im Jenseits für den Akt der Befreiung eines Sklaven belohnt; Den Körper eines Sklaven zu befreien ist wie die Freigabe des eigenen Körpers aus dem Höllenfeuer. Dennoch, während der Islam [die Sklaverei nicht erfunden](#) hat, und während er Wege schuf, um aus der Praxis herauszukommen, hat der Glaube niemals das Recht aller Menschen, frei zu sein, verteidigt.

Dieses Versagen ist weitgehend verantwortlich für die heutige Sklaverei in [Mauretanien](#), einem Land, in das fromme Muslime in Scharen [strömen](#), um den Islam in einer von westlichen Einflüssen freien Umgebung zu studieren. Dieses Versagen hat außerdem auch Vergewaltigungen erlaubt. Diese finden statt nicht nur während der Kriege vom [Sudan](#) bis nach [Syrien](#) und der schrecklichen heutigen offenen Versklavung von jessidischen [Frauen und Kindern](#) durch ISIS und bei [internationalen Sklavenauktionen](#) in Nachbarländern wie Saudi-Arabien, sondern auch, wie es scheint, durch [verschiedene Migranten in Europa](#).

Es ist dann also eine extreme Dehnung der Phantasie, wenn Marken wie CoverGirl versuchen, den Verbrauchern eine Verbindung zwischen "Gleichheit" und "Vielfalt" mit Hijabs und Make-up nahezulegen. Es spiegelt auch nicht den "Islam des Friedens", den viele Muslime zu betonen versuchen.

Diese tieferen Konversationen gehen verloren, wenn der Markt, durch den Afia hindurchgreift, weitgehend uninteressiert ist an Geschichte, Fakten oder irgendwelchen anderen Beweisen, die Nachforschungen oder Reflexion erfordern.

Für Islamisten stellen Afia und CoverGirl hervorragende Stellvertreter dar in ihrem Ansinnen, die Starrheit im System des Islams zum Normalzustand zu entwickeln, indem sie es dahin bringen, dass es "[schick ist, Unterdrückung zu feiern](#)". Im Gegensatz zu den heutigen Phantasien des Hijab als "Barrieren brechend" wurde der Hijab historisch *als soziale Barriere* genutzt.

Den Hijab normal zu machen verstärkt die Botschaft, dass, wenn frau nicht bedeckt ist, frau nicht respektabel und daher nicht akzeptabel ist. Das ist der Untergrund der islamischen Kultur: Er [kontrolliert Gedanken](#) und Bewegungen, bevor er versucht, andere Frauen in die Unterwerfung zu treiben unter der eingelöffelten Illusion von "Vielfalt" und "Gleichheit".

---

*Shireen Qudosi, Direktorin für muslimische Angelegenheiten bei America Matters, ist eine amerikanische Muslimin, die auf drei Kontinenten aufgewachsen ist. Sie schreibt ihr erstes Buch, "Islam's Origin Story".*

Englischer Originaltext: [Islamism's Culture War Sets Sight on Multi-Billion Dollar Beauty Industry](#)

---

Anmerkung:

[1] Der islamische Gelehrte Dr. Tawfik Hamid schrieb auch einen überzeugenden Aufsatz, "[Hijab, sogar der amerikanische-Flagge-Hijab, unterstützt das historische Sklavensystem](#)." Unter Berücksichtigung mehrerer islamischer Quellen als Beweis enthüllt Dr. Hamid, wie der "Hijab eine Kleiderordnung im Islam ist, die entworfen wurde, um 'freie' von 'versklavten' Frauen zu unterscheiden." Andere moderne islamische Denker wie Asra Nomani und Hala Arafa fügen hinzu, dass Sure 33:59 keine Anweisung war, eine neue Stoffschicht hinzuzufügen, sondern um den Jilbab (ein langes, überfließendes Gewand), der damals üblich war, näher an sich zu ziehen. Nomani und Arafa [zitieren auch die acht Mal](#), die der "Hijab" oder eine Variation davon im Koran vorkommt; Jedes Mal geht es nicht um einen Bezug zur Frömmigkeit, sondern um zu unterscheiden und Grenzen zu ziehen zwischen zwei Dingen:

Das Wort Hijab oder eine Ableitung davon erscheint nur achtmal im Koran als "Hindernis" oder "Trennwand" (7:46), ein "Vorhang" (33:53), "versteckt" (38:32) eine blosse "Trennwand" (41: 5, 42:52, 17:45), "Verstecken" (19:14) und "verhinderter" oder "verweigerter Zugang zu Gott" (83,15). "

Mehrere Referenzen, sowohl primärer als auch sekundärer Quellen, deuten auf den Ursprung des Hijab nicht als eines Aktes der Frömmigkeit hin, sondern als ein Akt der Vorherrschaft und Diskriminierung, der es einem Sklavensystem leichter machte, zu gedeihen.