

# WETTER- FEST DURCH DEN SHIT- STORM.

LEITFADEN FÜR  
MEDIENSCHAFFENDE  
ZUM UMGANG MIT  
HASS IM NETZ



**NO HATE  
SPEECH  
MOVEMENT**



ndm |

neue deutsche  
medienmacher\*innen

## IMPRESSUM

3. überarbeitete Auflage, Oktober 2019

Herausgeber:

Neue deutsche Medienmacher e. V.  
No Hate Speech Movement Deutschland  
Potsdamer Str. 99  
10785 Berlin  
info@no-hate-speech.de

Ein Teil dieser Auflage wurde zur  
Nutzung für die Seminarreihe  
„Digitale Zivilcourage und Empowerment.  
Umgang mit Extremismus im Netz  
stärken“ im Auftrag der Bundeszentrale  
für politische Bildung gedruckt.



Redaktionsleitung: Ellen Wesemüller  
Redaktion: Sina Laubenstein, Inga Heidland  
Lektorat: Alice Lanzke  
Gestaltung: Farbe. Designbüro, Berlin

# INHALTSVERZEICHNIS

- 4** **Was ist Hate Speech?  
Eine Definition**
- Gastbeitrag: Alex Urban, #ichbinhier:  
Erkenntnisse von den Facebook-  
Seiten großer Medienredaktionen
- 6** **Warum Hassrede begegnen?**
- 7** **Hassrede gegen Journalist\*innen**
- Gastbeitrag: Mediendienst  
Integration: Die Bielefeld-Studie  
„Publizieren wird zur Mutprobe“
- 10** **Hassrede in der Community und  
redaktionelle Verantwortung**
- Gastbeitrag: „Das ist keine Sendung,  
die einen Bildungsauftrag verfolgt.“  
Anatol Stefanowitsch im Interview
- 14** **Sich gegen Hassrede wappnen:  
Prävention**
- » Redaktionsabläufe optimieren
  - » Redaktionelle Vorkehrungen
  - » Privatsphäre schützen
  - » Vor Identitätsdiebstahl und  
Hacks schützen
  - » Netzwerke aufbauen
- Fallbeispiel: #KiKAGate – Analyse  
eines Shitstorms
- 23** **Hassrede wirksam begegnen**
- » Der Helpdesk von  
NO HATE SPEECH
  - » Die Gegenrede
  - » 10 Goldene Regeln
  - » Eine Troll-Typologie? Was nützt  
und was nicht
  - » Gängige Hass-Strategien
- Extremfall: Menschenverachtende  
Ideologien im Netz
- » Gängige Anti-Hass-Strategien
- 44** **Rechtliche Möglichkeiten im  
Umgang mit Hate Speech**
- » Hassrede und Strafgesetzbuch
  - » Hassrede und Kriminalstatistik
  - » Das Netzwerkdurchsetzungsgesetz  
(NetzDG)
  - » Posts melden
  - » Strafrechtliche Handlungs-  
möglichkeiten
- Gastbeitrag: Landesanstalt für Medien  
NRW: Verfolgen statt nur löschen
- » Zivilrechtliche Handlungs-  
möglichkeiten
- Gastbeitrag: HateAid – Warum wir  
gegen Hater vor Gericht gehen
- 58** **Hassrede verarbeiten:  
Unterstützung und  
Weiterbildung**
- Gastbeitrag: Dart Center for  
Journalism and Trauma: Widerstand  
durch Selbstfürsorge

## WAS IST HATE SPEECH?

### EINE DEFINITION

Hate Speech (zu deutsch: Hassrede) ist ein politischer Begriff. Dementsprechend ist die Definition dessen, was darunter zu fassen ist, politisch umkämpft. Hassrede entspricht keiner juristischen Kategorie – obschon einige Straftatbestände, besonders jener der Volksverhetzung, ihr nahekommen (→ siehe Seite 45) und auch die Kriminalitätsstatistik seit 2017 die Kategorie „Hasspostings“ ausweist (→ siehe Seite 47).

**Was als Hate Speech gilt, ist also Teil eines politischen Diskurses, den Journalist\*innen mitbestimmen können und sollten. Auch innerhalb der Redaktion.** Deshalb ist es ausgesprochen sinnvoll, sich zunächst die Zeit zu nehmen, um als Redaktion zu diskutieren, was Hassrede ist und wie man ihr entgegentreten will. Denn diese Definition ist Grundlage aller Handlungen gegen Hassrede im journalistischen Alltag und dient im Zweifel auch als Antwort auf die Frage, warum ein Kommentar gelöscht oder gar nicht erst publiziert wurde.

Wir von NO HATE SPEECH denken, dass Hassrede einen Menschen nicht zufällig trifft: Sie richtet sich vor allem gegen diejenigen, die bereits gesellschaftlich benachteiligt sind, oder diejenigen, die sich mit diesen Menschen solidarisch erklären.

In Deutschland ist dafür auch der Begriff *gruppenbezogene Menschenfeindlichkeit* bekannt. Dieser umfasst Stereotype, Vorurteile und Diskriminierungen gegen Menschen aufgrund ihrer tatsächlichen oder vermuteten Zugehörigkeit zu einer benachteiligten Gruppe unserer Gesellschaft.

Eine Umfrage, deren Ergebnisse NO HATE SPEECH 2019 zusammen mit Campact veröffentlicht hat,<sup>1</sup> zeigt, dass Hassrede die Macht- und Diskriminierungsstrukturen der Gesellschaft fortsetzt: Während durchschnittlich 40 Prozent der Befragten angaben, Hass im Netz gesehen zu haben, lag der Wert bei

Menschen mit Migrationsgeschichte deutlich über dem Durchschnitt.

Die Gründe hierfür liegen auf der Hand: Nicht nur nutzen Menschen mit Migrationsgeschichte vermehrt soziale Netzwerke, sie haben aller Wahrscheinlichkeit nach auch eine höhere Sensibilität für das Thema, was mit dem wichtigsten aller Gründe zusammenhängt: Sie sind häufiger das Ziel von Hassrede.

Besonders sind jene Menschen (-grup-

<sup>1</sup> Institut für Demokratie und Zivilgesellschaft (2019): #Hass im Netz: Der schleichende Angriff auf unsere Demokratie. Eine bundesweite repräsentative Untersuchung, unter: [https://www.idz-jena.de/fileadmin/user\\_upload/Bericht\\_Hass\\_im\\_Netz.pdf](https://www.idz-jena.de/fileadmin/user_upload/Bericht_Hass_im_Netz.pdf) (abgerufen am 01.08.2019)

**Haben Sie persönlich schon mal Hassrede im Internet gesehen?**

**38%**

kein Migrationshintergrund

**48%**

mit Migrationshintergrund

## Auf welche Gruppen beziehen sich die Hasskommentare?

Frauen (88%)  
Menschen, die nicht dem Schönheitsideal entsprechen (88%)

Menschen mit Migrationshintergrund (94%)  
Muslim\*innen (93%)  
Geflüchtete Menschen (93%)  
Arbeitslose (88%)

Quelle: Institut für Demokratie und Zivilgesellschaft

pen) von Hasskommentaren betroffen, die historisch in der Gesellschaft unterdrückt waren bzw. es aktuell noch sind. Auch Menschen, die den genannten Gruppen nicht angehören, jedoch für deren Rechte eintreten, werden schnell zur Zielscheibe.

Wir von NO HATE SPEECH schlagen deshalb folgende Definition vor, die als Grundlage zur Diskussion in den Redaktionen dienen kann:

Als Hassrede bezeichnen wir sprachliche Handlungen gegen Einzelpersonen und/oder Gruppen mit dem Ziel der Abwertung oder Bedrohung aufgrund deren Zugehörigkeit zu einer benachteiligten Gruppe in der Gesellschaft. Die Person oder Gruppe muss dafür rein zahlenmäßig nicht in der Minderheit sein, andersherum sind Minderheitengruppen nicht automatisch benachteiligt. Beispiele für Hassrede sind für uns Sexismus, (antimuslimischer) Rassismus, Antisemitismus, Antiziganismus, Klassismus (Diskriminierung aufgrund sozialer Herkunft), Ableismus (Diskriminierung von Menschen mit Behinderung), Homo- und Transfeindlichkeit.<sup>2</sup>

Zudem können sich Journalist\*innen und Redaktionen an der Definition des Europarates orientieren, auf dessen Initiative das NO HATE SPEECH Projekt entstanden ist:

„Der Begriff ‚Hassrede‘ (umfasst) jegliche Ausdrucksformen, welche Rassenhass, Fremdenfeindlichkeit, Antisemitismus oder andere Formen von Hass, die auf Intoleranz gründen, propagieren, dazu anstiften, sie fördern oder rechtfertigen, einschließlich der Intoleranz, die sich in Form eines aggressiven Nationalismus und Ethnozentrismus, einer Diskriminierung und Feindseligkeit gegenüber Minderheiten, Einwanderern und der Einwanderung entstammenden Personen ausdrücken.“<sup>3</sup>

Hassrede wird jedoch, wie beschrieben, auch in Frage gestellt. So bemängeln die Wissenschaftlichen Dienste des Bundestages, jegliche Definitionen seien „nicht mehr als eine Ansammlung politisch besetzter und auslegungsbedürftiger Begrifflichkeiten“. Insgesamt sei Hate Speech ein politisch besetzter Begriff, der sich menschenrechtlich nicht eindeutig konturieren lasse. Auch die internationale Rechtsprechung lasse eine klare Grenzziehung vermissen.<sup>4</sup>

Was als Hassrede gesehen wird, können also auch Redaktionen entscheidend mitprägen. Die Entscheidung darüber liegt nicht bei den Hatern („Ich bin kein Sexist, Nazi, Rassist, aber ...“), sondern vor allem bei den Betroffenen. Denn ausschlag-

2 No Hate Speech Movement Deutschland (2019): „Wissen“, unter: <https://no-hate-speech.de/de/wissen/>

3 Europarat Ministerkomitee (1997): „Empfehlung Nr. R (97) 20 des Ministerkomitees an die Mitgliedstaaten über die „Hassrede“, unter: <http://www.egmr.org/minkom/ch/rec1997-20.pdf> (abgerufen am 01.08.2019)

4 Wissenschaftliche Dienste Deutscher Bundestag (2016): „Hassrede (hate speech) und Holocaust-Leugnung in der menschenrechtlichen Spruchpraxis“, unter: <https://www.bundestag.de/blob/485798/13870a2bd422605e56121a9821a7f0/wd-2-055-15-pdf-data.pdf> (abgerufen am 01.08.2019)

gebend ist nicht, ob sich die Sprechenden selbst der Wirkung ihrer Worte bewusst sind oder diese intendieren, sondern wie sie – im Zusammenspiel mit gesellschaftlichen Diskursen – bei den Angesprochenen ankommen und wirken. Oder kurz: Wer sich rassistisch äußert, ist ein\*e Rassist\*in.

Die in diesem Leitfaden diskutierten Beispiele sind nicht immer im engen Sinne Hassrede. Wir zeigen sie hier, weil wir an ihnen deutlich machen, dass sich ein Gegensprechen auch schon viel früher lohnen kann, zum Beispiel, um das Bewusstsein für Rassismus zu schärfen und insgesamt eine positive Kommentarkultur zu fördern.

## WARUM HASSREDE BEGEGNEN?

Warum überhaupt gegen Hassrede vorgehen, anstatt sie einfach zu ignorieren? Und ist es nicht gerade die Aufgabe von Journalist\*innen, neutral zu bleiben?

Die 2019 veröffentlichte Forsa-Umfrage für die Landesanstalt für Medien NRW legt ein besonderes Augenmerk auf den Zusammenhang zwischen Hate Speech und Diskussionsbeteiligung im Internet.<sup>5</sup> Eine deutliche Mehrheit der Befragten (63 Prozent) findet es persönlich nicht in Ordnung, Hasskommentare, die sich nicht gegen die eigene Person richten, zu ignorieren. Doch weniger als ein Zehntel der 14- bis 24-Jährigen beteiligt sich häufig oder sehr häufig an solchen Diskussionen. Die Ursache für diese Zurückhaltung scheint der Hass zu sein, denn ein Drittel der Befragten, die sich nicht an öffentlichen Diskussionen im Internet beteiligen, gibt an, aus Angst vor Beleidigungen nichts (mehr) online zu stellen. Auch die bereits erwähnte IDZ-Studie befindetet, dass sich 33 Prozent der User\*innen seltener im Internet zu der eigenen politischen Meinung bekennen. 27 Prozent beteiligen sich seltener an Diskussionen im Netz.

Bereits 2017 befragte Amnesty International 4.000 Frauen weltweit.<sup>6</sup> Fast ein Viertel der Befragten (23 Prozent) gab an, mindestens einmal Belästigung oder Missbrauch in den sozialen Medien erlebt zu haben. Viele zensierten sich daraufhin selbst: 32 Prozent der Frauen erklärten, dass sie ihre Meinung zu gewissen Themen nicht mehr veröffentlichten.

Gerade die unwidersprochene Erfahrung von Hassrede verschärft also das Problem: Immer weniger Menschen, die gesellschaftlich eigentlich in der Mehrheit sind, diskutieren mit; Immer mehr entsteht der Eindruck, Hasskommentare seien Mainstream-Meinung. Tabubrüche werden nicht sanktioniert und geschehen somit öfter.

<sup>5</sup> Landesanstalt für Medien NRW (2019): Hate Speech und Diskussionsbeteiligung im Internet. Zentrale Untersuchungsergebnisse der Hate Speech-Sonderstudie, unter: [https://www.medienanstalt-nrw.de/fileadmin/user\\_upload/lfm-nrw/Service/Veranstaltungen\\_und\\_Preise/Ergebnisbericht\\_Hate\\_Speech\\_Sonderstudie\\_LFMNRW.pdf](https://www.medienanstalt-nrw.de/fileadmin/user_upload/lfm-nrw/Service/Veranstaltungen_und_Preise/Ergebnisbericht_Hate_Speech_Sonderstudie_LFMNRW.pdf) (abgerufen am 01.08.2019)

<sup>6</sup> Die Studie wurde 2018 um qualitative Interviews ergänzt und veröffentlicht. Amnesty International Österreich (2018): Toxic Twitter. A toxic place for women, unter: <https://www.amnesty.org/en/latest/research/2018/03/online-violence-against-women-chapter-1/> (abgerufen am 01.08.2019)

## Gründe für die Nichtteilnahme an öffentlichen Diskussionen im Internet

**84%** Keine Lust auf Aneinanderreihung von Meinungen

**78%** Keine Lust auf Provokation

**32%** Angst vor Beleidigungen

**27%** Angst vor Bloßstellung

Quelle: Landesanstalt für Medien NRW

Ziel der Gegenrede ist es nicht, unliebsame Meinungen unter den Teppich zu kehren, Kritik abzuwehren oder gar die Meinungsfreiheit einzuschränken. Ziel ist es noch nicht einmal, Hater zur Umkehr zu bewegen oder sie gar „abzuholen“. Ziel der Gegenrede ist, Meinungsfreiheit zu ermöglichen, indem sie jenen den Rücken stärkt, die argumentieren und diskutieren können und wollen, ohne andere zu beleidigen.

Adressat\*innen der Gegenrede sind also nicht die Hater, auch wenn man ihnen zunächst einmal antwortet: Im Fokus stehen die Betroffenen und (schweigende) Dritte. Das zu wissen, ist vor allem für Medienschaffende wichtig: Sie können sich

so eine Community aufbauen, die im Zweifel selbst einschreitet und der Redaktion die Arbeit erleichtert oder sogar abnimmt.

## HASSREDE GEGEN

## JOURNALIST\*INNEN

Hassrede richtet sich nicht nur gegen gesellschaftlich benachteiligte Personen, sondern auch gegen Menschen, die über diese (neutral oder wohlwollend) berichten. Besonders häufig betroffen sind Journalist\*innen mit Migrationsgeschichte, bei denen sich der Hass nicht auf die von ihnen veröffentlichten Inhalte, sondern auf ihre (vermeintliche) Herkunft oder Hautfarbe konzentriert. Aber auch Journalist\*innen, die zu bestimmten Themen berichten (z. B. über Geflüchtete, Migration, AfD, Rechtspopulismus und Sexismus) sind von Hate Speech betroffen. Nicht selten arbeiten sich die Hater hier neben dem Inhalt am Geschlecht des Gegenübers ab.

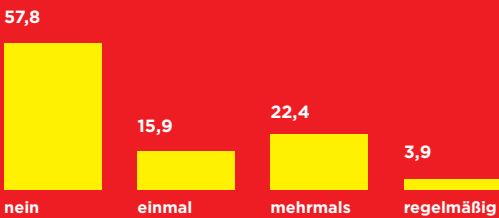
Im virtuellen Raum begegnet Hassrede (Online-) Redakteur\*innen und freien Journalist\*innen fast überall:

- in der Community, also den Kommentarspalten auf der Homepage des Mediums selbst
- in den Kommentarspalten der Social-Media-Kanäle des Mediums
- auf den privaten Social-Media-Accounts der Journalist\*innen
- auf Blogs, in Foren und Online-Zeitschriften der Hater
- per E-Mail oder in anderen persönlich adressierten Nachrichten

# MEDIENDIENST INTEGRATION: DIE BIELEFELD- STUDIE „PUBLIZIE- REN WIRD ZUR MUTPROBE“

Eine Studie des Instituts für interdisziplinäre Konflikt- und Gewaltforschung auf Initiative des Mediendienstes Integration von 2017<sup>7</sup> zeigt, dass immer mehr Journalist\*innen von Angriffen wie verbalen Beleidigungen, Anfeindungen, Aufrufen zur Gewalt und/oder Straftaten betroffen sind:

**Sind Sie in den letzten zwölf Monaten schon mal von Ihrem Publikum angegriffen worden?**



**Erfahrung mit Angriffen des Publikums (in %).**

**Fallzahlen: nein, N = 251 | einmal, N = 69**

**mehrmals, N = 97 | regelmäßig, N = 17**

- » Zwei Drittel der befragten Journalist\*innen (67 Prozent) sagten, dass hasserfüllte Angriffe des Publikums 2016 deutlich gestiegen sind.
- » 42 Prozent der befragten Journalist\*innen waren 2016 selbst von Angriffen betroffen.
- » 26 Prozent der Befragten berichteten von mehrmaligen bis regelmäßigen Angriffen.

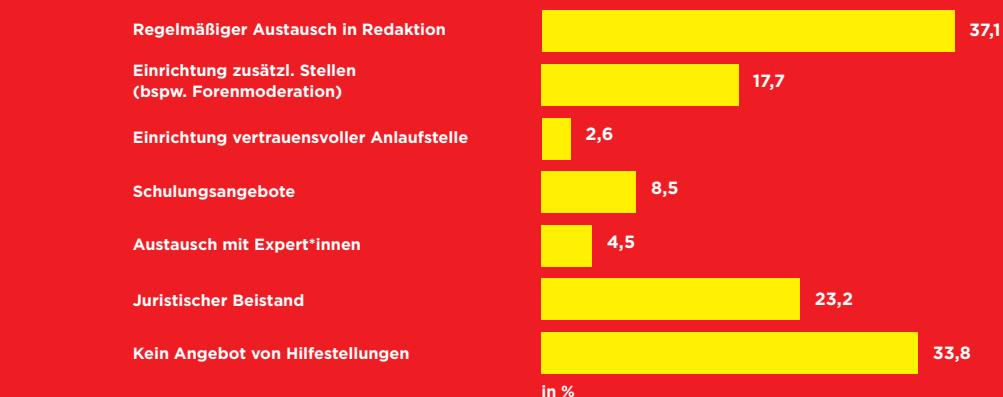
## VERMUTETE GRÜNDE UND KONTEXT ERFAHRENER ANGRIFFE

Journalist\*innen aus überregionalen Redaktionen waren dabei deutlich häufiger von Angriffen betroffen (48 Prozent) als jene in regionalen Redaktionen (34 Prozent).

Journalist\*innen in Ressorts wie Politik oder Wirtschaft wurden häufiger angegriffen (je ca. 50 Prozent) als jene, die in den Ressorts Feuilleton oder Wissen und Technik (je ca. 37 Prozent) beschäftigt sind.

75 Prozent machten ausschließlich ihre Rolle als Journalist\*innen für die Anfeindungen verantwortlich. Sehr viel seltener (25 Prozent) wurde angenommen, die eigene nationale Herkunft oder Religion/Weltanschauung stünden in Zusammenhang mit den Angriffen.





## BELASTUNGEN UND EINSCHRÄNKUNGEN IM JOURNALISTISCHEN ALLTAG

Jede\*r zweite befragte Journalist\*in fühlte sich von den Angriffen des Publikums belastet – dabei spielte kaum eine Rolle, ob die Person selbst von Angriffen betroffen war oder „nur“ ein\*e Kolleg\*in.

Mindestens jede\*r Vierte fühlte sich auch in der Arbeit beeinträchtigt. Häufig wurde angegeben, sich bewusst gegen manche Themen und Einsätze zu entscheiden, um Risiken zu reduzieren („Schere im Kopf“).

Jede\*r Sechste derjenigen, die mehrmals bis regelmäßig mit Angriffen konfrontiert waren, erlebt körperliche Folgeerscheinungen.

Laut einer weiteren Umfrage des Medienmagazins „journalist“ von 2016 fühlte sich bei der Moderation der Online-Foren jede\*r Zweite überfordert.<sup>8</sup>

<sup>7</sup> Die Studie wird 2019 aktualisiert, die Ergebnisse lagen bei Redaktionsschluss jedoch noch nicht vor. Institut für interdisziplinäre Konflikt- und Gewaltforschung (2017): „Publizieren wird zur Mutprobe“, unter: <https://mediendienst-integration.de/fileadmin/Dateien/Studie-hatespeech.pdf> (abgerufen am 01.08.2019)

<sup>8</sup> Siegert, Svenja (2016): Exklusive Journalist-Umfrage. Nahezu jede zweite Zeitungsredaktion schränkt Online Kommentare ein, in: *journalist*, 01.03.2016.

## INDIVIDUELLE STRATEGIEN UND REDAKTIONELLE MASSNAHMEN

Für die Verarbeitung von Hate Speech suchten sich die Betroffenen vor allem Unterstützung im eigenen Umfeld.

Über die Hälfte (51 Prozent) berichtete, dass Hate Speech in der eigenen Redaktion nicht thematisiert wird; nur für 37 Prozent findet ein regelmäßiger Austausch in der Redaktion über Hate Speech, Gewaltandrohungen oder Übergriffe statt. Nur einem Viertel (23 Prozent) steht ein juristischer Beistand zur Verfügung. Auch Schulungsangebote (neun Prozent), der Austausch mit Expert\*innen (fünf Prozent) oder eine vertrauensvolle Anlaufstelle (drei Prozent) sind selten. In nur 18 Prozent der vertretenen Redaktionen wurden zusätzliche Stellen, etwa zur Kommentarmoderation, geschaffen.

Mehr als 80 Prozent der Journalist\*innen, die mehrmals oder regelmäßig von Angriffen betroffen waren, wählten technische Mittel (z. B. Deaktivierung der Kommentarfunktion, Blockierung von Personen, Entfernung der Beiträge) zur Bewältigung der Angriffe. Zwei Drittel (68 Prozent) der mehrmals oder regelmäßig Betroffenen ließen sich auf die Diskussion mit den Hater ein. 79 Prozent hatten schon einmal eine professionelle Beratung bei Jurist\*innen, bei der Polizei oder Gewerkschaften gesucht.

# HASSREDE IN DER COMMUNITY UND REDAKTIONELLE VERANTWORTUNG

Hassrede ist nicht nur persönlich belastend und politisch fatal, es liegt auch rechtlich in der Verantwortung des Mediums, für veröffentlichte Inhalte zu bürgen – das gilt für die eigenen Artikel, Fernseh- oder Radiobeiträge genauso wie für die Kommentare der Community auf den Foren der Website. Nicht zuletzt kommen viele Nutzer\*innen hier mit Hassrede in Berührung: Laut erwähnter Forsa-Studie nahmen 47 Prozent der Befragten Hassrede zwar primär in sozialen Netzwerken wie Facebook und Twitter wahr, gleich an zweiter Stelle standen jedoch die Kommentarspalten bzw. Foren von Nachrichtenwebsites.

Ein weit verbreiteter Irrglaube ist, Medien-Nutzer\*innen hätten ein Anrecht darauf, auf der Webpräsenz eines Mediums die eigene Meinung zu redaktionellen Inhalten kundzutun. Dem ist nicht so. Die Möglichkeit, Artikel zu kommentieren, ist vielmehr ein freiwilliges Angebot. **Die Redaktion entscheidet, ob und in welcher Form sie Diskussionen zulässt. Sie kann Kommentare löschen und unerwünschte Meinungen entfernen – diese Entscheidung liegt ganz bei ihr.**

Einige Medien – wie der öffentliche Rundfunk – unterliegen dem Rundfunkstaatsvertrag. Laut § 55 haben sie eine redaktionelle Verantwortung, die im Impressum angegeben werden muss. Zu dieser Verantwortung gehört es, sämtliche Inhalte (und damit auch die Kommentare) auf die allgemeinen Gesetze und die Bestimmungen zum Schutz der persönlichen Ehre zu prüfen (Welche Straftatbestände hier zu beachten sind, → siehe Seite 44).

Andere, private Medien, wie *Spiegel Online*, unterliegen dem Telemediengesetz (TMG). Telemedien sind elektronische Informations- und Kommunikationsdienste, die sich nicht in der reinen Signalübertragung erschöpfen und nicht Rundfunk sind. Soweit sie die Kontrolle über ihre Unterseiten haben und Inhalte selbst online stellen, sind sie für diese Inhalte ebenso rechtlich verantwortlich.

Auch Diensteanbieter wie *Facebook* unterliegen dem TMG, hier gilt allerdings eine abgestufte Verantwortung: Da das Unternehmen fremde Inhalte lediglich speichert und zugänglich macht, ist es erst verantwortlich für strafrechtlich relevante Inhalte, sobald es von ihnen Kenntnis erlangt – die Anbieter müssen sich also nicht proaktiv auf die Suche machen, aber reagieren, wenn ihnen Posts gemeldet werden (→ siehe Seite 48).<sup>9</sup>

Es ist für Redaktionen daher unverantwortlich, Hass-Kommentare ungeprüft und ungefiltert stehen zu lassen – nicht nur,

<sup>9</sup> Brings-Wiesen, Tobias (2017): Das Phänomen der „Online Hate Speech“ aus juristischer Perspektive, in: Kaspar, Kai/Gräber, Lars/Riffi, Aycha (Hrsg.): Online Hate Speech - Perspektiven auf eine neue Form des Hasses, Band 4 der Schriftenreihe zur Digitalen Gesellschaft NRW, S. 35-48, unter: [https://www.grimme-institut.de/fileadmin/Grimme\\_Nutzer\\_Dateien/Akademie\\_Dokumente/SRDG-NRW\\_04-Online-Hate-Speech.pdf](https://www.grimme-institut.de/fileadmin/Grimme_Nutzer_Dateien/Akademie_Dokumente/SRDG-NRW_04-Online-Hate-Speech.pdf) (abgerufen am 08.08.2019)

weil sie rechtswidrig sind oder Personen verletzen. Darüber hinaus schaden sie der Debatte – zum Beispiel, weil sie unsachlich oder persönlich beleidigend sind – und damit der Kommunikation des Mediums mit seinen Leser\*innen/ Zuhörer\*innen/ Zuschauer\*innen. Nicht zuletzt deshalb sollte sich jede Redaktion vor dem Anschalten der Kommentarfunktion und auch vor dem Anlegen von Social-Media-Profilen fragen, ob sie die personellen Ressourcen hat, die Kommentare auch konsequent zu moderieren. Wenn dies mit Ja beantwortet wurde, sollten die Regeln der Moderation transparent gemacht werden: Eine Netiquette kann auf die eigenen Haltelinien verweisen.

**NETIQUETTE** Netiquetten sind Benimm-Regeln für die digitale Kommunikation und Teil der klassischen Selbstregulation im Internet. Betreiber\*innen von (Medien-)Websites mit Kommentarfunktion, Online-Foren oder auch Facebook-Fanpages erstellen Netiquetten, um gemeinsame Umgangsregeln in der Kommunikation zu fixieren. Netiquetten haben weder rechtliche Relevanz noch gibt es feststehende Regeln dafür. Trotzdem sind Netiquetten zu empfehlen: zur Orientierung für die eigene Community, als Manifest einer zivilen Debattenkultur oder der eigenen Haltung sowie als Referenz, auf die sich bei der Moderation berufen werden kann, wenn Kommentare gelöscht oder Nutzer\*innen gesperrt werden. Nur wer klare Regeln hat, kann diese auch durchsetzen.

Doch die Verantwortung der Redaktion gegen Hassrede fängt schon vorher an: Bei der eigenen Sprache in der Berichterstattung. Denn diese hat einen direkten Einfluss auf den Ton der folgenden Diskussion.<sup>10</sup> Eine präzise, wertneutrale und diskriminierungsarme Sprache (sowohl in Social-Media-Postings als auch in den journalistischen Inhalten selbst) gibt die Richtung für den Austausch unter den geposteten Beiträgen vor – im Guten wie im Schlechten. Als hilfreich hat sich hier das „Glossar mit Formulierungshilfen für die Berichterstattung im Einwanderungsland Deutschland“ der Neuen deutschen Medienmacher\*innen (NdM)<sup>11</sup> erwiesen. Die NdM (unser Trägerverein) bieten zudem an, das Glossar in Redaktionen vorzustellen sowie über weitere praktische Werkzeuge für differenzierte und vielfältige Berichterstattung zu informieren: im informellen, kollegialen Austausch oder in Verbindung mit einer (Online-) Blatt- oder Sendungskritik in der Redaktion.

<sup>10</sup> Ein kostenloses Webinar zu Framing bietet die Bürgerakademie von Correctiv und dem Reporterforum, unter: <https://burgerakademie.reporterfabrik.de/courses/course-v1:Buengerakademie+113+2019/about> (abgerufen am 07.08.2019)

<sup>11</sup> Neue deutsche Medienmacher (2019): Glossar der Neuen deutschen Medienmacher. Formulierungshilfen für die Berichterstattung im Einwanderungsland, 8. Aufl., unter: [http://www.neuemedienmacher.de/Glossar\\_Webversion.pdf](http://www.neuemedienmacher.de/Glossar_Webversion.pdf) (abgerufen am 07.08.2019)

# „DAS IST KEINE SENDUNG, DIE EINEN BILDUNGS-AUFTRAG VERFOLGT.“

Anatol Stefanowitsch im Interview.

*Für Sprachwissenschaftler Anatol Stefanowitsch ist sprachliche Diskriminierung ein gesellschaftliches Problem, das pragmatisch diskutiert werden muss. Ein Interview von Kaspar Heinrich.*

**Im April 2018 sagte der MDR nach massiver Kritik an der Erwähnung des N-Wortes eine Radiodiskussion ab, im Mai 2018 ließ Sandra Maischberger Bushido und Peter Hahne über Sprache streiten. Debatten über den richtigen Sprachgebrauch werden in den Medien emotional geführt, die „politisch korrekte Sprache“ ist zum Kampfbegriff geworden. Warum?**

Ich glaube, es wird überschätzt, wie stark die Debatte polarisiert. Das ist zum Teil ein mediales Phänomen. Sendungen wie „Maischberger“ werden so zusammengestellt, dass Leute mit unterschiedlichen Meinungen aufeinanderprallen. Das ist keine Sendung, die ernsthaft einen Bildungsauftrag verfolgt, sondern Klamauk wie alle großen Talkshows.

**Was vermissen Sie?**

Den Betroffenen wird in zu geringem Umfang eine Stimme eingeräumt und wenn doch, dann dürfen sie nur als unmittelbar Betroffene sprechen. So wird der Eindruck erweckt, es seien einzelne Angehörige von Minderheiten, die sich beleidigt fühlen und auf die die große Mehrheit Rücksicht nehmen soll. Was an strukturellen Aussagen von diesen Minderheiten kommt, wird gerne ignoriert.

**Wie könnte die Debatte konstruktiver geführt werden?**

Das Thema „politisch korrekte Sprache“ könnte man ganz ruhig abhandeln, mit großer Pragmatik. Man müsste sagen: Wir sind für Barrierefreiheit, für Inklusion, und hier geht es um eine sprachliche Inklusion von bisher diskriminierten Gruppen. Die konkrete Arbeit an einer antidiskriminierenden Sprache findet im Hintergrund seit Jahren statt: bei politisch Aktiven, bei Gleichstellungsbeauftragten in Behörden und Firmen, durch Bildungsarbeit. Unsere Sprache hat sich seit den 1970er-Jahren stark verändert, sie ist sehr viel weniger diskriminierend geworden. Man müsste einen guten Grund nennen, warum dieses so offenkundige Anliegen infrage zu stellen wäre.

**Oft heißt es: „Dann darf man bald überhaupt nichts mehr sagen.“**

Was spricht dagegen, bestimmte Ausdrücke zu vermeiden? Mir ist noch kein gutes Argument untergekommen. Eines lautet: „Das ist unästhetisch.“ Es kann aber wohl kaum unästhetisch sein, Strukturen wegzulassen, unästhetisch ist höchstens das, was man stattdessen vorschlägt. Und wenn jemand eine so enge Beziehung zur Sprache hat, dass schon im alltags-sprachlichen Gebrauch ästhetische Belange relevant werden, in Zeitungstexten, Sachtexten, Fachtexten, dann würde ich sagen: Er oder sie soll sich hinsetzen und Alternativen vorschlagen.

**Manch einer scheint um seine Meinungsfreiheit zu fürchten.**

Ja, nach dem Motto: Eine linke Elite will dem Volk die Meinung verbieten. Interessanterweise ist es oft gar nicht „das Volk“, das sich dagegen sperrt. Als die Pipi-Langstrumpf-Bücher überarbeitet und rassistische Ausdrücke entfernt wurden, gab es eine Umfrage, wer dafür und wer dagegen ist. Je höher der Bildungsstand der Befragten war, desto stärker waren diese Leute gegen die Änderungen.

**Die Angst vor einer Meinungszensur durch eine „korrekte Sprache“ halten Sie also für unbegründet?**

Es ist ein wichtiger Einwand. Individuen Inhalte vorzuschreiben, halte auch ich für falsch. Allein deshalb, weil ich gerne wüsste, welche Meinungen die Person hat, die mir gegenübersteht. Wenn jemand meint, Migranten seien weniger wert, dann bin ich absolut dafür, dass diese Person das explizit äußern darf. Allerdings müssen Meinungen in einer sachlichen, nicht herabwürdigenden Sprache geäußert werden – weil man sie dann begründen muss.

**Inwiefern?**

Wenn ich bestimmte Wörter benutze, etwa das N-Wort oder „Kanake“, steckt die Herabwürdigung schon drin. Ich kann dann sagen: „Nein, ich habe überhaupt nichts gegen die. Ich kenne selber welche, da sind ganz nette Menschen dabei“, aber durch das Wort schaffe ich eine Abwertung, ohne dass ich mich auf eine inhaltliche Ebene begeben muss. Ich kann mich aus der Verantwortung ziehen und sagen: „Das ist doch nur die Sprache, so haben wir die schon immer genannt.“

**Sollte man sprachlichen Verfehlungen im Extremfall mit Gesetzen beikommen?**

Ich bin absolut dagegen, hier Gesetze im juristischen Sinne zu formulieren. Im Grundgesetz und im Strafgesetzbuch ist ja eine Einschränkung der Meinungsfreiheit formuliert: das Verbot, Opfer des nationalsozialistischen Regimes zu verhöhn-

en, wozu auch die Holocaust-Leugnung gehört. Das auszuklammern war klug und zugleich hochproblematisch, weil ich überall da, wo ich mit Gesetzen drohe, auch klare Kriterien definieren muss. Diejenigen, die sich diesen Gesetzen unterwerfen, müssen ja wissen, was sie dürfen und was nicht. Und das ist überall dort, wo die Meinungsfreiheit betroffen ist, sehr schwierig.

**Was könnte stattdessen helfen?**

Sprachliche Diskriminierung ist ein gesellschaftliches Problem und es muss durch eine Diskussion, die zu einer Art Konsens führt, gelöst werden. Für diese Konsensbildung ist es wichtig, dass die Stimmen, die bisher nicht gehört werden, nicht mehr so stark marginalisiert sind. Sonst wird diese Diskussion immer im Sinne der gedachten Mehrheit ausgehen.

**Behörden verteilen Ratgeber zur geschlechtergerechten Sprache – auch Ihre Universität, die FU Berlin. Was halten Sie davon?**

Ich ärgere mich über diese Ratgeber immer dort, wo sie sagen: „So und so ist das zu formulieren.“ Meiner Meinung nach ist das der falsche Weg, richtiger wäre: „Folgende Dinge sind zu vermeiden. Was Sie stattdessen schreiben, bleibt Ihnen überlassen.“ Andererseits haben diese Leitfäden dazu beigetragen, Dinge normal erscheinen zu lassen, die vorher ungewohnt klangen. Verteufeln würde ich sie deshalb nicht.

**Anatol Stefanowitsch** ist Professor für Sprachwissenschaft am Institut für Englische Philologie der Freien Universität Berlin. 2018 erschien sein Buch: *Eine Frage der Moral. Warum wir politisch korrekte Sprache brauchen*. Duden-Verlag.

Eine ungekürzte Version des Interviews erschien zuerst im Oktober 2018 auf [www.planet-interview.de](http://www.planet-interview.de).<sup>12</sup>

# SICH GEGEN HASSREDE WAPPEN: PRÄVENTION

Es gibt keine absolute Sicherheit vor Hass. Doch mit ein wenig Vorbereitung trifft es Sie und Ihre Redaktion unter Umständen weniger hart. Deshalb:

## REDAKTIONS- ABLÄUFE OPTIMIEREN

Aus den Ergebnissen der Studie vom Mediendienst Integration (→ siehe Seite 8), unseren Gesprächen mit Redaktionen und dank der Arbeit vieler zivilgesellschaftlicher Vereine und Organisationen wie #ichbinhier lassen sich weitere Empfehlungen zur Prävention von Hass ableiten.

» **Solidarität und klare Haltung:** Chefredaktion und Geschäftsleitung müssen für das Thema sensibilisiert werden. Sie sollten Hassrede von sich aus ansprechen, noch bevor Betroffene den Weg zu ihnen finden müssen. Zudem sollten sie für Bereitschaft und Kapazität sorgen, zweierlei zu ermöglichen: die Hassrede von Journalist\*innen fernzuhalten, wenn diese sie in ihrer Arbeit hindert, oder andernfalls zu ermöglichen, im Arbeitsalltag darauf zu reagieren, ohne in zusätzlichen Stress zu geraten.

» Dafür braucht es vor allem gute **Arbeitsbedingungen:** Es ist nahezu unmöglich, neben den regulären Aufgaben in der Redaktion Kommentare zu moderieren. Stellen Sie deshalb sicher, dass Sie **zusätzliche Stellen** für die Kommentarmoderation schaffen. Sollten Sie dafür keine Kapazitäten haben: Kommentarfunktion zumindest auf der eigenen Webpräsenz einschränken oder deaktivieren.

» Richten Sie eine **Anlaufstelle** für Hate Speech innerhalb der Redaktion ein. Diese kann, muss aber nicht bei der Chefredakteurin bzw. dem Chefredakteur oder der Geschäftsleitung angesiedelt sein. Redaktions- oder Betriebsrat sind weitere Möglichkeiten. Auch eine einzelne Ansprechperson ist denkbar.

» **Thematisieren** sie Hate Speech z. B. auf **regelmäßigen Treffen**, in denen Erfahrungen ausgetauscht und Strategien diskutiert werden können. Das hat den Vorteil, dass die Betroffenen nicht von sich aus aus der Deckung kommen und zusätzlich organisatorischen Aufwand betreiben müssen. Holen Sie sich bei Bedarf professionelle Unterstützung.

- » Bilden Sie sich und Ihre Kolleg\*innen fort: Nehmen Sie regelmäßig **Schulungsangebote**<sup>13</sup> und **Austausch mit Expert\*innen** wahr und machen Sie aktiv Werbung dafür, z. B. in Form von Aushängen. Stellen Sie sicher, dass Sie Ihren Mitarbeiter\*innen im Fall der Betroffenheit eine **juristische Beratung** zukommen lassen. Stellen Sie zudem sicher, dass Ihr Rechtsbeistand in puncto Hass im Netz auf dem neusten Stand ist.
- » Stellen Sie Diskussionsregeln, eine sogenannte „**Netiquette**“ auf, vielleicht sogar zusammen mit Ihrer Community. Stellen Sie diese für alle Nutzer\*innen gut sichtbar auf Ihre Seiten. So können Sie in der Kommentarmoderation darauf verweisen.
- » Legen Sie präventiv einen möglichen **Handlungsablauf** bei Hassrede, Shitstorms oder ernstzunehmenden Drohungen fest.
- » Halten Sie dafür einen **Argumentationsleitfaden** (→ siehe Seite 39) parat, denn oft wiederholen sich die „Argumente“ der Hater.
- » Sprechen Sie mit der örtlichen Polizei und bitten Sie um eine feste Ansprechperson.
- » Last, but not least: Machen Sie diese Informationen für alle Kolleg\*innen zugänglich, z. B. im Intranet.

---

## REDAKTIONELLE VORKEHRUNGEN

Werden Sie im Netz zum Ziel massiver Hasskommentare, sollten Sie als einzelne\*r Redakteur\*in folgende Maßnahmen ergreifen:

- » Setzen Sie die Chefredaktion, die Geschäftsleitung bzw. die zuständige Ansprechperson in Kenntnis, wenn Sie ernstzunehmende Drohungen erhalten.
- » Fordern Sie von Ihrem Verlag oder Sender juristischen Beistand ein, wenn Sie immer wieder mit Hassrede konfrontiert werden und nicht einordnen können, ob diese strafbar ist.
- » Klären Sie, ob Sie sich äußern wollen. Sie können die Drohungen natürlich auch auf Ihren Social-Media-Accounts oder Ihrem Blog veröffentlichen (dabei sollten Sie jedoch darauf achten, die\* den Verfasser\*in unkenntlich zu machen). So bleiben Sie mit der verbalen Gewalt nicht allein und machen potenzielle Täter\*innen sichtbar. Es kann allerdings passieren, dass Sie durch die Thematisierung von Drohungen und dergleichen noch mehr unerwünschte Aufmerksamkeit auf Ihre Kanäle lenken.

<sup>13</sup> Neben den kostenlosen Fortbildungen für Medienschaffende gegen Hassrede von NO HATE SPEECH gibt es ein Schulungskonzept der Landesanstalt für Medien NRW (2019): Hasskommentare moderieren lernen. Ein Schulungskonzept zum redaktionellen Umgang mit Hate Speech, unter: <https://www.medienanstalt-nrw.de/regulierung/internet/hassrede-im-netz/hasskommentare-moderieren-lernen.html> (abgerufen am 06.08.2019)

» Falls es berechtigte Kritik an Ihnen gibt, kann eine Stellungnahme oder Erklärung des eigenen Standpunkts den Kritiker\*innen den Wind aus den Segeln nehmen.

» Bitten Sie Ihre Redaktion zu übernehmen, wenn es Ihnen zu viel wird.

---

## PRIVATSPHÄRE SCHÜTZEN

Es kann vorkommen, dass Telefonnummern und/ oder Adressen von Journalist\*innen in den sozialen Medien veröffentlicht werden mit einem mehr oder weniger expliziten Aufruf, „zur Tat zu schreiten“ (sogenanntes Doxing).

» Stellen Sie sicher, dass die eigene Telefonnummer nirgends zu finden ist, weder im Telefonbuch noch auf Websites oder in sozialen Netzwerken. Wenn Ihre Telefonnummer noch im Telefonbuch zu finden ist, lassen Sie sie dort entfernen (via telefonbucheintrag@telekom.de oder unter 0800 4540207).

» Prüfen Sie, ob es Internetseiten gibt, die Ihre Telefonnummer und/oder Adresse enthalten. Falls ja, kontaktieren Sie den\*die Website-Betreiber\*in. Diese\*r ist dazu verpflichtet, die Daten zu löschen. „Who Is“-Dienste wie DENIC<sup>14</sup> helfen, die Betreiber\*innen ausfindig zu machen. Auch bei Google können Sie eine Löschung aus den Ergebnissen beantragen.

» Besonders für freie Journalist\*innen gilt: Geben Sie auf Websites/Blogs nie Ihre Privatadresse an, sondern z. B. die Anschrift Ihres Büros. Nennen Sie im Impressum keine Telefonnummer – eine E-Mail-Adresse ist ausreichend.

<sup>14</sup> <https://www.denic.de/>

---

## VOR IDENTI- TÄTSDIEBSTAHL UND HACKS SCHÜTZEN

Manchmal begehen Trolle Identitätsdiebstahl, um z. B. auf Kosten ihrer Opfer kostenpflichtig im Internet zu shoppen. Oder sie kapern ihre Social-Media-Accounts, um in ihrem Namen zu posten. Deshalb gilt für Journalist\*innen wie für alle anderen Internetnutzer\*innen:

» Nutzen Sie **sichere Passwörter**. Nach neuestem Stand ist es am sichersten, mehr als zwölf Zeichen zu benutzen. Dabei ist es relativ egal, ob es sich um Klein- und Großbuchstaben, Sonderzeichen oder Zahlen handelt. Vier nicht zusammenhängende



Worte reichen auch.<sup>15</sup> Ein Passwortmanager macht es einfacher, den Überblick zu behalten.

» Richten Sie für alle wichtigen Online-Dienste wie Google und Facebook die **Zwei-Faktor-Authentifizierung** ein.

» Stellen Sie Ihre Profile, wenn möglich, auf privat (z. B. auf Instagram und Twitter) bzw. richten Sie sich Profile ein, die Sie ausschließlich für berufliche Zwecke nutzen und über die Sie **keinerlei private Informationen** veröffentlichen. Lassen Sie auf Facebook alte und aktuelle Posts nur für Freund\*innen oder nur für sich selbst sichtbar (Einstellungen → Privatsphäre → „vergangene Beiträge einschränken“). Und nehmen Sie erst einmal keine Freundschafts- und Follower\*innen-Anfragen an.

» Sind Sie bereits bedroht worden, können Sie beim Ordnungsamt eine **Auskunftssperre** erwirken: So wird Ihre Privatadresse nicht herausgegeben, die sonst für jeden frei abrufbar ist. Allerdings wird es von Bundesland zu Bundesland unterschiedlich bewertet, wie schwer eine Bedrohung bereits ausgefallen sein muss – in manchen Ländern muss sie bereits in die Tat umgesetzt worden sein. In jedem Fall wichtig: Sichern Sie alle Drohungen, Anzeigen und ärztlichen Atteste, um diese später als Beweis vorlegen zu können.

» Wenn die eigene Adresse veröffentlicht wurde oder es einfach zu viel wird: Ziehen Sie eventuell für ein paar Tagen zu Freund\*innen, Familie oder in ein **Hotel** und informieren Sie die Polizei.

---

## NETZWERKE AUFBAUEN

» Es ist ratsam, sich online Netzwerke aufzubauen aus Gleichgesinnten, die im Falle eines Shitstorms oder bei Hate-Speech-Angriffen einspringen, um Ihnen Rückhalt zu geben, Sie zu unterstützen und ein Gegengewicht zu bilden, z. B., indem sie ein Gegennarrativ entwickeln. Sie können Ihre Community in so einem Falle z. B. bitten, etwas an Ihrer statt zu posten, oder Artikel zu streuen, die den Fall in einem anderen Licht zeigen.

» Andersherum ist es toll, anderen in schweren Zeiten positive Zuschriften zukommen zu lassen und sie zu loben, z. B. per Direktnachricht. Sie merken dann: Mein Einsatz lohnt sich und kommt auch bei anderen an. Dies gilt auch für die Community eines Mediums.

<sup>15</sup> Reilly, Katie (2017): Why Your „Strong“ Password Isn't That Strong, unter: <http://fortune.com/2017/08/07/password-recommendation-special-characters> (abgerufen am 08.08.2019) & Bundesamt für Sicherheit in der Informationstechnik: Passwörter, unter: [https://www.bsi-fuer-buerger.de/BSIFB/DE/Empfehlungen/Passwoerter/passwoerter\\_node.html](https://www.bsi-fuer-buerger.de/BSIFB/DE/Empfehlungen/Passwoerter/passwoerter_node.html) (abgerufen am 08.08.2019)

# #KIKAGATE – ANALYSE EINES SHITSTORMS

Ende November 2017 porträtierte der Kinderkanal (KiKA) in der Serie „Schau in meine Welt“ die Beziehung zwischen dem syrischen Geflüchteten Diaa und der 15-jährigen deutschen Malvina. Über einen Monat später griff ein YouTuber auf seinem Kanal die Sendung auf, warf dem KiKA Propaganda vor – und startete damit im Januar 2018 den bis dahin größten deutschsprachigen Shitstorm. Rund um das Hashtag #KiKAGate sammelten sich auf Twitter mehr als 120.000 Tweets, obwohl der KiKA selbst keinen Twitter-Account hat. Auf Facebook tobte es in den Kommentarspalten des Kinderkanals: Dem KiKA wurde, unter anderem,

die Romantisierung einer „gefährlichen Beziehung“ vorgeworfen, außerdem die „Islamisierung“ deutscher Kinder. Doch was genau verstehen wir unter einem Shitstorm? Und wie können wir als Journalist\*innen und Redaktionen (besser) damit umgehen?

Ein Shitstorm, oft auch Hasskampagne genannt, beschreibt digital konzentrierte und systematische Online-Attacken gegen einzelne Menschen und/oder Unternehmen. Ziel eben dieser koordinierten Attacken ist es, Gegenrede zu unterdrücken, das Meinungsbild zu beeinflussen und Urheber\*innen von Videos, Artikeln oder Fotos, in der Regel also Journalist\*innen und Redaktionen, anzugreifen und zu beleidigen. Die meisten Shitstorms haben einen Höhepunkt und flachen anschließend schnell ab, oft innerhalb weniger Stunden oder Tage.

Anders bei #KiKAGate: Zwar wurde das Thema von rechten Accounts auf die Agenda gesetzt, doch später von Politik und Medien mehrfach aufgegriffen und so über mehrere Wochen hinweg diskutiert. Der Shitstorm unterschied sich also in Intensität und Dauer von vergleichbaren Online-Attacken. Entsprechend waren auch nicht nur der Kinderkanal, sondern auch der Hessische Rundfunk (HR) als Produzent der Sendung, der Autor des TV-Beitrags sowie die jungen Protagonist\*innen selbst wochenlang Zielscheibe einer digitalen Hasskampagne. Der Datenanalyst und Kommunikationswissenschaftler Luca Hammer hat

"Minderjähriger" 🇸🇪 Asylbewerber (schnell alternd & bärtig) über seine 16-jährige 🇩🇪 Freundin:  
 »Ich mag nicht, dass andere Typen mit ihr reden. Sie gehört mir.«  
 Bereitet #KiKa unsere Mädchen auf Ehen mit islamischen Einwanderern vor?  
[#Malvina](#) [#KIKAGate](#)

**Beziehung zu deutschem Mädchen: Wirbel um Flüchtlings-Doku im Kinderka...**  
 Aufregung um den Kinderkanal: In einer Sendung erzählt eine 16-jährige Deutsche, wie ihr syrischer Freund ihr Leben veränderte. Nun rechtfertigt sich KiKa und beda...  
 welt.de

21:50 - 9. Jan. 2018

802 Retweets 1.787 „Gefällt mir“-Angaben

251 802 1,8 Tsd.

den Shitstorm #KiKAgate für NO HATE SPEECH auf Twitter untersucht und dabei auch die Rolle involvierter Accounts analysiert: So war bspw. die Alternative für Deutschland (AfD) bereits in den ersten Stunden beteiligt, die „BILD“ agierte in der Rolle eines populistischen Mediums. Eine Analyse des Institute for Strategic Dialogue und der Facebook-Aktionsgruppe #ichbinhier bestätigt, dass Accounts der Identitären Bewegung<sup>16</sup> besonders aktiv am Shitstorm #KiKAgate beteiligt waren. Auch innerhalb des rechtsextremen Forums „Reconquista Germanica“ wurde zu einer Teilnahme am Shitstorm aufgerufen.<sup>17</sup>

## ORGANISIERTE KAMPAGNEN ERKENNEN

Es lässt sich technisch gut nachvollziehen, ob ein Shitstorm systematisch orchestriert ist oder ob eine Welle negativer Kommentare tatsächlich vom Publikum oder der Leser\*innenschaft ausgeht.

Um in der Redaktion die richtigen Schlüsse aus einem solchen Ereignis zu ziehen, ist es sinnvoll, zuerst analysieren zu lassen, ob es sich um einen gezielten Propaganda-Angriff handelt.

Wir vermitteln gern Expert\*innen, die schnelle Hilfe leisten: [info@no-hate-speech.de](mailto:info@no-hate-speech.de)

<sup>16</sup> Die Identitäre Bewegung Deutschland (IBD) ist eine seit 2012 existierende rassistische und islamfeindliche Gruppierung, die mit ihren Aktionsformen insbesondere Jugendliche und junge Erwachsene anspricht. Im Mai 2018 löschten Facebook und Instagram viele Profile der IBD und ihrer Aktivisten. Im aktuellen Verfassungsschutzbericht werden sie als „Verdachtsfall“ wegen „rechtsextremistischer Bestrebungen“ geführt. Vgl. Bundesministerium des Inneren, für Bau und Heimat (2019): Verfassungsschutzbericht 2018, unter: <https://www.verfassungsschutz.de/download/vsbericht-2018.pdf>, (abgerufen am 08.08.2019)

<sup>17</sup> Institute for Strategic Dialogue & ichbinhier e. V. (2018): Hass auf Knopfdruck - Rechtsextreme Trollfabriken und das Ökosystem koordinierter Hasskampagnen im Netz, unter: [https://www.isdglobal.org/wp-content/uploads/2018/07/ISD\\_Ich\\_Bin\\_Hier\\_2.pdf](https://www.isdglobal.org/wp-content/uploads/2018/07/ISD_Ich_Bin_Hier_2.pdf) (abgerufen am 08.08.2019)

Aus dem Shitstorm um #KiKAgate kann man einige wichtige Lehren für den eigenen Umgang mit koordinierten Hasskampagnen ziehen:

# PRÄVENTION

## 1. ZUSÄTZLICHE FAKTENCHECKS:

Es ist zu erwarten, dass Sendungen und Beiträge zu bestimmten Themen, u. a. zu Migration und Gleichberechtigung, angegriffen werden. Diese müssen also inhaltlich korrekt sein, damit gerechtfertigte und ungerechtfertigte Kritik nicht miteinander vermischt werden.

## 2. INTERNETRECHERCHE:

Welche Informationen finden Zuschauer\*innen und Nutzer\*innen, wenn sie nach Sendungen, Protagonist\*innen und/oder Beteiligten suchen? Um beim Beispiel #KiKAgate zu bleiben: Rechte Accounts hatten das Facebook-Profil des Protagonisten gefunden und darauf aufmerksam gemacht, dass dieser das Profil des islamistischen Hasspredigers Pierre Vogel geliked hatte. Solche Dinge sollten nicht verheimlicht, sondern vielmehr offen angesprochen werden.

## 3. SOCIAL MEDIA SCHULUNGEN FÜR BETEILIGTE PERSONEN:

Wie können Sie sich selbst bestmöglich schützen? Welche Sicherheitsvorkehrungen sollten und müssen getroffen werden, auch für die Protagonist\*innen in den Beiträgen?

## 4. SOCIAL-MEDIA-SCHULUNGEN, COMMUNITY-MANAGER\*INNEN, SOCIAL-MEDIA-REDAKTIONEN:

Man sollte sich schon vorab überlegen, wie man mit Kritik, aber auch mit menschenfeindlichen Reaktionen umgeht, und eine gemeinsame Linie finden. Diese sollte man im Team besprechen und gemeinsam grundsätzliche Regeln aufstellen (→ siehe *Netiquette* Seite 11). Diese Regeln zu veröffentlichen, erhöht zudem die Transparenz und erleichtert Community-Manager\*innen die Arbeit, indem sie darauf verweisen können. Zusätzlich zu Netiquette und Moderationsanleitung braucht es auch regelmäßige Trainings und Austauschtreffen für die Social-Media-Redaktion.

## 5. KRISENKOMMUNIKATIONS-PLANUNG:

Wenn es trotz aller Vorbereitung zu einem Shitstorm kommt, braucht es einen Ablaufplan. Wie gehen Sie als Redaktion mit dem Hass um? Wie kann man oft langatmige Abstimmungsprozesse verkürzen? Wer muss ab welcher Eskalationsstufe einbezogen werden? Und: Wer reagiert auf Social Media überhaupt? Die Journalist\*innen mit ihren privaten Accounts oder der Redaktions-/ Organisationsaccount? Einerseits erhöhen private Accounts die Glaubwürdigkeit und Flexibilität, Organisationsaccounts hingegen bieten Schutz und Sicherheit. Ihr Ziel sollte nicht sein, die Hater zu überzeugen, sondern Mitlesende zu halten, die eigene Position zu verdeutlichen und Mitarbeiter\*innen den Rücken zu stärken.

# IM SHITSTORM

**1.** Nicht in Panik und Hysterie verfallen, sondern den Ablaufplan befolgen: Wer muss informiert werden? Was sind die nächsten Schritte? Im besten Fall haben

Sie auch schon einen Kontakt bei der Polizei, ansonsten sollten Sie sich spätestens jetzt darum kümmern und die Polizei informieren.

**2.** Es braucht Zusammenhalt im Team und im Unternehmen: Eine häufige Strategie der Hater ist der Versuch, die Mitarbeiter\*innen bei Arbeitgeber\*innen schlecht zu machen. Eine Presseausendung der Geschäftsführung oder der Chefredakteur\*in, auch via Social Media, kann das frühzeitig eindämmen. Auch das Social-Media-Team sollte von Unternehmensseite Zuspruch erfahren. In keinem Fall sollte die Verantwortung auf eine Einzelperson geschoben werden. Auch die Aussage „Wir werden das intern prüfen“ ist ein Fehler – sie zeigt entweder, dass die Chef\*innenetage nicht weiß, was passiert, oder dass man Fehler eingesteht.

**3.** Eine koordinierte Online-Attacke findet tatsächlich nicht nur online statt: Häufig scheuen sich Hater nicht vor Telefonanrufen und Leser\*innenbriefen. Eine personelle Entlastung ist wichtig – also wird beispielsweise der\*die Kolleg\*in, der\*die sonst zuständig für das Zuschauer\*innen-Telefon ist, nach einer Stunde abgelöst, genauso die Kolleg\*innen, die sich mit den Kommentarspalten auseinandersetzen müssen.

**4.** Im Idealfall sollte es möglich sein, Kolleg\*innen aus anderen Redaktionen und/oder Netzwerken um Hilfe zu bitten – und dass diese die eigene Social-Media-Arbeit unterstützen.

**5.** Mitten im Shitstorm kommt das Wohlbefinden des eigenen Teams häufig viel zu kurz – dabei sollte genau das an erster Stelle stehen. Im Idealfall sind eine psychologische Betreuung oder Begleitung

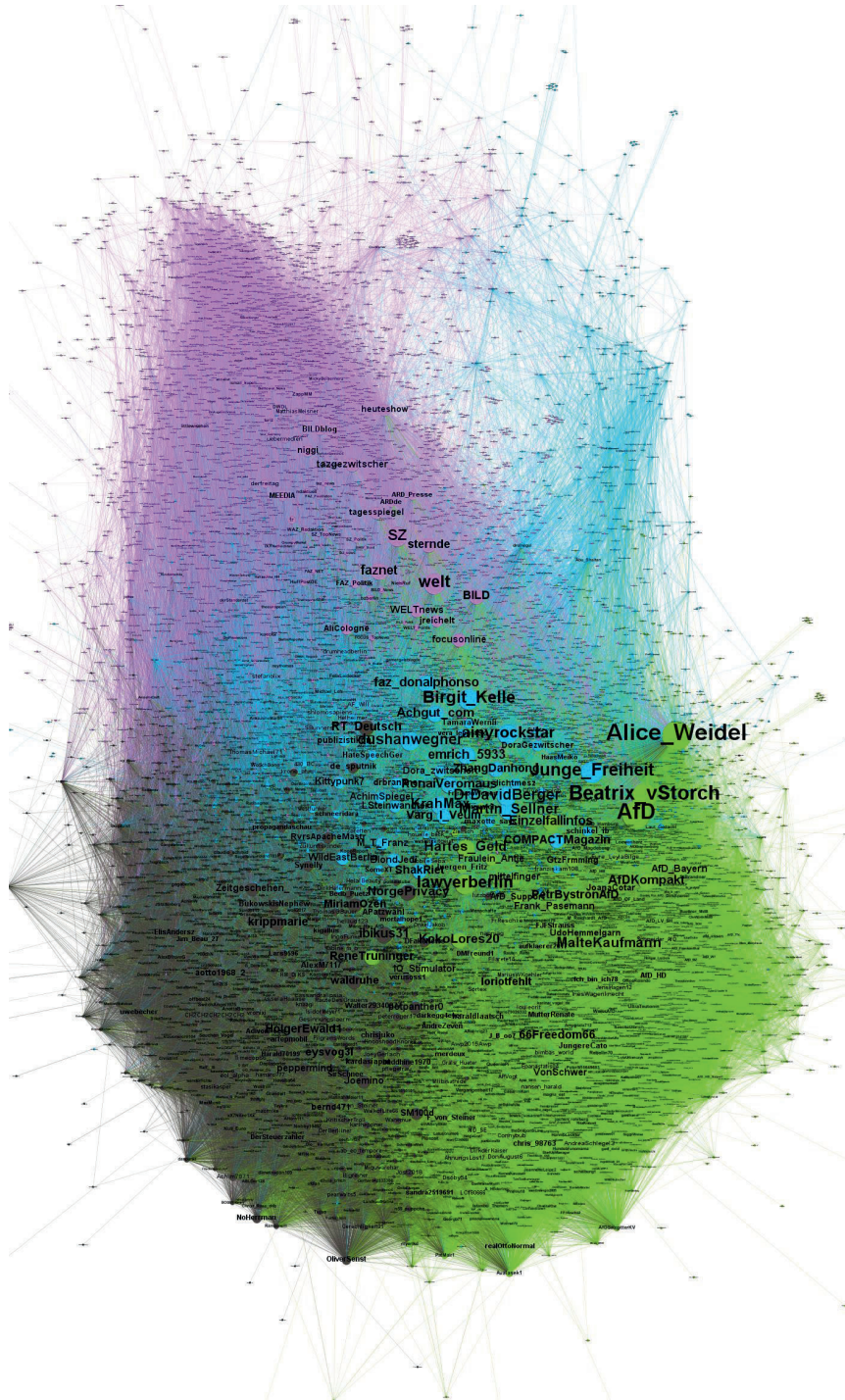


Illustration des Netzwerks der 6.362 Twitter-Accounts, die sich zu #KiKagate geäußert haben. Jeder Punkt ist eine Verbindung. Ein Account erscheint umso größer, je mehr seine Follower\*innen zu #KiKagate getwittert haben. Die Farben sind zufällig gewählt und stellen Subnetzwerke dar: Lila steht für Accounts, die eher dem Mitte-Links-Spektrum angehören. Hier sind die meisten Medien vertreten. Blau steht für konservativ-rechte Accounts. Grün stellt das Subnetzwerk der AfD-Accounts dar und schwarz steht für Accounts, die dem rechten äußeren Rand angehören. Quelle: Luca Hammer (2018)

möglich. Wenn nicht, sollte dennoch Zeit und Raum geschaffen werden, um zu sehen, wie und ob das Team mit all dem Hass umgehen kann. Mindestens in der Nachbereitung sollte unbedingt besprochen werden, wie es dem Team geht und während des Online-Angriffs ging. Dabei sollte unbedingt auch diskutiert werden, was gut gelaufen ist – und welche Bedarfe man erkannt hat.

## IM ANSCHLUSS

Klären Sie offen darüber auf, wenn ein Shitstorm derart organisierte Züge trägt wie in diesem Beispiel. Die Medienberichterstattung über #KiKAgate konzentrierte sich auf Fehler der Macher\*innen und des Senders und gab zum großen Teil die Positionen der Urheber\*innen einer rassistischen Hasskampagne wieder – selbst nachdem das im Film portraitierte Paar derart heftig attackiert worden war, dass es unter Polizeischutz stand. Viele Medien fungierten dadurch als Brandbeschleuniger für die Hetze organisierter Gruppen, anstatt von dieser Form der Beeinflussung und Verrohung der öffentlichen Debatte im Netz zu berichten.

Insbesondere rechte Accounts sind ständig auf der Suche nach Themen mit Shitstorm-Potenzial. Geraten Sie als Journalist\*in oder Privatperson einmal selbst in das Auge eines Shitstorms, können folgende Tipps weiterhelfen:

**1.** Treffen Sie Sicherheitsvorkehrungen: Schützen Sie sich und Ihre Accounts, aber auch die Accounts von engen Vertrauten (u. a. Familienmitgliedern, Ihres\*Ihrer Partner\*in, etc. → siehe Seite 16). Wenn es zu viel, zu aggressiv wird,

kontaktieren Sie die Polizei und / oder einen Rechtsbeistand. Beleidigungen, üble Nachrede und Verleumdung können und sollten angezeigt werden, auch Schadensersatz ist möglich (→ siehe Seite 51). Aber: Nicht öffentlich mit rechtlichen Schritten drohen. Das funktioniert in den seltensten Fällen und sorgt vielmehr für eine zusätzliche Eskalation. Nicht vergessen: alles dokumentieren (Screenshots, Notizen → siehe Seite 52).

**2.** Sprechen Sie über Ihre Erfahrungen mit Ihrem privaten und beruflichen Netzwerk: Sie sind nicht alleine und müssen die Situation nicht alleine meistern. Sie sollten außerdem Ihre(n) Arbeitgeber\*innen darüber informieren und ggf. (rechtlichen) Beistand einfordern.

**3.** Geben Sie die Betreuung Ihrer Social-Media-Kanäle an Personen ab, die Ihr Vertrauen genießen.

**4.** Insbesondere Journalist\*innen können einen Shitstorm auch dazu nutzen, sich zu positionieren und eine eigene (Counter-) Story im Netz zu entwickeln – sofern sie die Ressourcen dazu haben.

**5.** Durchatmen.

# HASSREDE WIRKSAM BEGEGNEN

## DER HELPDESK VON NO HATE SPEECH

Um Journalist\*innen die bestmögliche Strategie gegen Hassrede an die Hand zu geben, haben wir Expert\*innen interviewt: Journalist\*innen, Social-Media-Manager\*innen, Aktivist\*innen und prominente, von Hate Speech betroffene Politiker\*innen. Gemeinsam mit Wissenschaftler\*innen und Praktiker\*innen haben wir unsere Ergebnisse diskutiert, um daraus Empfehlungen für die Praxis abzuleiten. Die Ergebnisse haben wir – neben diesem Leitfaden – auch online aufbereitet: im Helpdesk von NO HATE SPEECH.<sup>18</sup> Dort lassen sich schnell und einfach wirksame Gegenmaßnahmen für gängige Hass-Strategien finden. Zusätzlich hält der Helpdesk viele wichtige Infos zur Vor- und Nachsorge von Shitstorms bereit.

<sup>18</sup> [www.helpdesk.neuemedienmacher.de](http://www.helpdesk.neuemedienmacher.de)

Das Herzstück des Online-Helpdesks ist der Bereich „Schnelle Hilfe“. Hier findet jede\*r, der oder die von Hassrede betroffen ist, die Ergebnisse unserer Befragungen in Form einer breiten Palette an Hass-Strategien: Zu jeder einzelnen Hass-Strategie folgen die dazu passenden und wirksamen Gegenstrategien. Das breite Wissen, das viele Aktivist\*innen jeden Tag im Netz zu Hass- und Gegenrede sammeln, macht das NO HATE SPEECH Projekt damit zum ersten Mal für alle sicht- und nutzbar.

Neben der „Schnellen Hilfe“ besteht der Helpdesk aus zwei weiteren Bereichen: der „Vorsorge“ und der „Nachsorge“. Bei „Vorsorge“ gibt es genaue Informationen dazu, wie man sich durch gute Personalplanung in der Redaktion, sprachlich differenzierte Berichterstattung und sorgfältige Moderation vor Hassrede schützen oder sich zumindest auf sie vorbereiten kann. Wer sich fragt, wie im Nachhinein richtig mit Hassrede oder Shitstorms umzugehen ist, wird bei „Nachsorge“ fündig: Hier gibt es zum Beispiel alle relevanten Informationen zu rechtlichen Schritten, die man unternehmen kann, und welche Stellen einem dabei helfen.<sup>19</sup>



<sup>19</sup> Einen weiteren Helpdesk (allerdings in Englisch) gibt es von Reporter ohne Grenzen, unter: <https://helpdesk.rsf.org/training/> (abgerufen am 06.08.2019)

## DIE GEGENREDE

Abgesehen davon, dass Sie als Redaktion verantwortlich sind für die von Ihnen bereitgestellten Inhalte (→ siehe Seite 10) und dass sich ein gutes Community-Management auch positiv auf die Marken- und Leser\*innenbindung und damit letztendlich ökonomisch auswirkt, sollten Sie, bevor Sie zum Gegenangriff übergehen, überlegen, welche Kapazitäten (personell, psychisch)

Sie haben. Gegenrede funktioniert am besten, wenn man ähnlich viel Ressourcen und Ausdauer wie die Hater hat. (Wie man die Kapazitäten erweitert → siehe Seite 14).

Es gibt gute Gründe, einfach gar nicht auf einen Hasskommentar zu reagieren. Für individuelle Redakteur\*innen ist das legitim – für Redaktionen nicht. Ohne Antwort fühlen sich Hater bestätigt und andere ermutigt, ähnliche Kommentare zu schreiben – gleichzeitig werden differenzierte Meinungen verdrängt.

Es entsteht der Eindruck, Hater seien in der Mehrheit. Ohne Gegenrede und Konsequenzen schwindet das Unrechtsbewusstsein. Aber auch Außenstehende fangen an, solche Verhaltensweisen und Äußerungen als legitim zu betrachten.

Bevor man zum Kontern ansetzt, sollte man sich (individuell oder als Redaktion) darüber klar werden, wer oder was das Ziel der Gegenrede ist – auch, um später evaluieren zu können, ob die gewählten Mittel erfolgreich waren. Dabei sollten die Erfolgskriterien nicht zu hochgesteckt werden: Dass ein Hater zur Umkehr bewegt wird, geschieht in den seltensten Fällen.

Deshalb sollten nicht primär Hater das Ziel der Gegenrede sein, sondern von Hassrede bedrohte Menschen und Gruppen, betroffene Journalist\*innen und alle Mitlesenden. Es kann auch schon Ziel sein, dass der Hass „nicht schlimmer“ wird. Als Motivation wird oft genannt, die „stillen Leser\*innen“ erreichen zu wollen. Ob das erfolgreich ist, lässt sich allerdings nicht oder nur schwer überprüfen. Ein sichtbarer Erfolg hingegen ist, wenn sich mehr Menschen trauen, mitzudiskutieren.

Auf alles muss man deshalb trotzdem nicht antworten – und wird eine bestimmte Grenze überschritten (persönlich, politisch, rechtlich), ist es selbstverständlich legitim und angebracht, Kommentare zu löschen und Nutzer\*innen stumm zu schalten oder zu blockieren.<sup>20</sup>

**Bevor man sich entscheidet, wie man auf einen Hasskommentar reagiert, gilt es, ein paar grundsätzliche Best-Practices zu beachten:**

<sup>20</sup> Einen Überblick über die Vor- und Nachteile gängiger Moderationsstrategien bietet die Landesanstalt für Medien NRW (2018): Hasskommentare im Netz. Steuerungsstrategien für Redaktionen, unter: <https://www.medienanstalt-nrw.de/regulierung/internet/hassrede-im-netz/leitfaden-fuer-redaktionen-zum-umgang-mit-hassrede.html> (abgerufen am 06.08.2019)

## 10 GOLDENE REGELN

1. Reagieren Sie so schnell wie möglich. Antworten Sie nicht auf alte Kommentare – so belebt man nur bereits vererbte Unterhaltungen, was zu erneuter Hassrede führen kann.
2. Nehmen Sie sich dennoch Zeit zum Durchatmen und überlegen: Wen oder was will ich erreichen? Verschaffe ich dem Hasskommentar eventuell mehr Reichweite? Kann ich angemessen antworten oder bin ich emotional zu aufgewühlt?



- 3.** Bleiben Sie stets respektvoll, egal, wie niveaulos der Hasskommentar ist. Formulieren Sie nicht mit erhobenem Zeigefinger oder belehrend, sondern sachlich und gelassen.
- 4.** Verfassen Sie Argumente so kurz wie möglich und mit bewusst gewählten Worten. Unangemessene Formulierungen machen die Gegenrede angreifbar.
- 5.** Kommunizieren Sie deutlich, dass Diskriminierung, Rassismus und jede andere Art der Menschenfeindlichkeit nicht geduldet werden. Hier ist es hilfreich, auf die redaktionseigene Netiquette zu verweisen.
- 6.** Faustregel: Tauschen Sie vier gut nachvollziehbare Argumente aus, bei großer Geduld und viel Zeit maximal zehn. Meist sind damit alle Argumente bereits genannt. Verabschieden Sie sich dann freundlich aus der Debatte. Hater, die trotzdem an der Konversation festhalten, sind weniger am Diskurs interessiert als daran, Energie und Arbeitskraft des Gegenübers zu binden.
- 7.** Pflegen Sie die Community, indem Sie sich für konstruktive Kommentare oder Konter mit einem Like oder einer privaten Nachricht bedanken. Verteilen Sie grundsätzlich viel Lob für sachliche und inhaltliche Kommentare. Die Unterstützung positiver Kommentarkultur ist oft vielversprechender als die eigene Gegenrede.
- 8.** Beantworten Sie konstruktive und sachliche Kommentare zuerst – und halten Sie deren Verfasser\*innen und die stillen Mitleser\*innen damit bei der Stange. Wenn in der Masse von Hasskommentaren priorisiert werden muss, antworten Sie eher auf Kommentare von Profilen mit Klarnamen und erkennbaren Profilbildern.
- 9.** Sollten Kommentare gegen Community-Standards der Plattformen sozialer Netzwerke verstoßen oder gar strafrechtlich relevant sein, sollte man diese beim Betreiber melden oder auch online anzeigen.<sup>21</sup>
- 10.** Reagieren Sie nicht auf alle Hasskommentare mit der gleichen Phrase – das mag Hater ermüden (muss aber nicht), langweilt aber in jedem Fall die Menschen, die mitlesen und an einem ernsthaften Austausch interessiert sind.

<sup>21</sup> Die Online-Strafanzeige ist zurzeit in allen Bundesländern außer in Thüringen möglich, unter: <http://www.online-strafanzeige.de> (Stand: 07.08.2019)

## EINE TROLL-TYPOLOGIE? WAS NÜTZT UND WAS NICHT

Es gibt viele Analysen über Hater und Versuche, sie in Typen zu kategorisieren. Das Problem ist nur: Es sind immer andere Kategorien. So gibt es „Infokrieger“, „Trolle“ oder „Trolle im Umfeld von Sifftwitter“, „organisierte Rechte“ oder „die Rechten“, „Rassisten“ und „Rechtsextreme“, „Fake-Profile“ und „Bots“, „persönliche Mobber“, „Verschwörungstheoretiker“, „besorgter Bürger“ sowie „Angst-“ und „Wut-Trolle“.

Selbst wenn dieselben Typen ausgemacht werden, folgen teils entgegengesetzte Empfehlungen, wie man auf sie reagieren sollte (z. B. Trolle blockieren/ auf gar keinen Fall blockieren). Wir haben uns deshalb entschieden, auf eine Troll-Typologie als Handlungsanleitung zu verzichten. Auch, weil wir „den Hater“ nicht als Menschentyp festschreiben wollen. Viel ergiebiger erscheint uns, die Art der Hasskommentare zu kategorisieren und Antworten darauf vorzuschlagen. Dazu im folgenden Unterkapitel mehr.

Um abwägen zu können, ob sich Gegenrede überhaupt lohnt – und wenn ja, wie man einem Kommentar am besten begegnet – ist es natürlich trotzdem sinnvoll, einzuschätzen, mit wem man es zu tun hat. Generell kann man ein User\*innen-Profil auf folgende Fragen abklopfen:

- Gibt es ein Profilbild und einen Klarnamen oder „versteckt“ sich die Person hinter Fantasiefoto und Pseudonym? Dies kann (humorvoll) thematisiert werden, es kann (muss aber nicht) Aufschluss darüber geben, ob die Person an einer ernsthaften Debatte interessiert ist.
- Wer sind Freund\*innen und wie viele sind es? Hatern zu antworten, die nur wenige Follower\*innen haben, kann kontraproduktiv sein, da man ihnen eine Öffentlichkeit einräumt, die sie sonst nicht hätten. Vor allem bei Twitter sollte man kategorisieren nach Follower\*innen und Reichweite: Werte ich den Beitrag durch meine Beachtung auf? Ist es „nur“ ein weiteres Hassposting oder hat dieses eine neue Qualität?
- Was für Kommentare werden ansonsten gepostet? Dies hilft bei der Einordnung, gerade wenn ein Kommentar mehrdeutig oder nicht verständlich ist.
- Welche Quellen und Links werden geteilt?
- Welche Facebook-Seiten werden mit „Gefällt mir“ markiert?
- Wird ein einzelner Kommentar gepostet oder

postet der\*die Kommentator\*in eine Welle von Kommentaren unter verschiedenen Artikeln? Dies kann Aufschluss darüber geben, ob die Person an einer ernsthaften Debatte interessiert ist, Propaganda verbreitet, bezahlt wird oder gar ein Bot ist.

- Bei erfahrenen Hatern eher nicht die Strategie „Nachfragen“ anwenden, denn auf Fragen gibt es (oft perfide) Antworten.

## GÄNGIGE HASS-STRATEGIEN

Es ist ratsam, Gegenrede nicht wahllos anzuwenden, sondern die wirksamste Methode für die jeweils spezifische Hassrede-Strategie zu wählen. Im Idealfall und mit ein bisschen Übung geschieht das intuitiv. Ansonsten ist es hilfreich zu wissen, welche Taktiken am erfolgversprechendsten sind.<sup>22</sup>

Die folgenden Empfehlungen gelten nur bedingt für alle sozialen Netzwerke. Gegenrede spielt z. B. auf Twitter kaum eine Rolle, genauso wie die Redaktionen sich in der Moderation hauptsächlich auf die Facebook-Kommentare konzentrieren. Gleichzeitig ist Twitter das bevorzugte Medium einzelner Journalist\*innen.

Gegenrede ist im Moderationsprozess eine der aufwändigsten Strategien, weil sie aktive Kommunikation, hohe Aufmerksamkeit und dynamisches Handeln erfordert. Sie kann aber auch als einzige Strategie dissoziale Diskurse in konstruktive Dialoge verwandeln. Neben der Gegenrede gibt es auch andere Reaktionsmöglichkeiten, die wichtig sind, z. B. die „positive Rückbesinnung“ auf eigene Inhalte, das Empowerment von Anderen, die eigene Community ermutigen/ belohnen/ unterstützen.

## HASS-STRATEGIE

### WUT & ANGST

Manche Kommentator\*innen trollen nicht taktisch oder bewusst, sondern entladen in Kommentaren Angst oder Wut und verbinden diese mit aktuellen politischen oder gesellschaftlichen Situationen. Viele dieser Ängste sind durch Fakten nicht belegbar (z. B. dass Geflüchtete grundsätzlich krimineller seien als Deutsche), sondern werden oft genährt durch ein großes Misstrauen gegenüber Politik und Medien. Manche suchen und finden Antworten in rechten Netzwerken und Medien und verlieren sich in Verschwörungstheorien – diese Einflüsse, vermischt mit vorhandenen Ängsten und Wut, äußern sich dann in Hasskommentaren. Nicht wenige dieser User\*innen sind aber durchaus erreichbar, wenn man sich Zeit nehmen kann und auf ihre Ängste eingeht.

<sup>22</sup> Alle gängigen Hass-Strategien und die passenden Formen der Gegenrede bieten wir auf unserem Helpdesk an: [www.helpdesk.neuemedienmacher.de](http://www.helpdesk.neuemedienmacher.de).

## GEGENREDE

1. **Nachfragen.** Mit gezielten Rückfragen kann aufgezeigt werden, dass Informationen und Fakten fehlen bzw. vermeintliche Argumente keine Substanz haben. Solche Nachfragen können Wut- & Angst-Bürger\*innen auch zum Nachdenken anregen. Bei User\*innen, deren Ziel es ist, die Diskussion zu torpedieren, können Nachfragen außerdem zu einem schnellen Aufgeben führen. Häufig verstricken sie sich bei Antworten in Widersprüche und legen damit das verzerrte oder nicht vorhandene Wissen offen. Auch bei Beleidigungen können (rhetorische) Rückfragen funktionieren, bspw. so: „Haben Sie auch inhaltlich etwas zur Diskussion beizutragen oder wünschen Sie nur zu beleidigen?“

### KOMMENTARGOLD



**ZDF heute**  
18. März um 11:39 ·

Neuseeland steht zusammen und trauert. Derweil zieht die Regierung Konsequenzen aus dem Anschlag.

Warum wurde dann bei dem Anschlag auf eine Kirche auf den Philippinen vor zwei Monaten, nicht in selber Vehemenz berichtet?  
Damals gab es nur einen Beitrag, hier jedoch bereits zwölf an der Zahl.

Gefällt mir · Antworten · 3 Tag(e) 78

Sehr geehrter Herr , ich habe mir grade die Mühe gemacht und habe zum 27. Januar auf ihrer Seite runtergescrollt. Seltsamerweise konnte ich dort keinerlei Trauerbekundungen für die auf den Philippinen getöteten Christen finden. Hingegen finde ich einige ZDF Berichte im Netz über den Anschlag.  
Kann es sein, dass Sie diese getöteten Christen grade nur instrumentalisieren, um von einem Rechtsterroristischen Anschlag abzulenken? Mit welcher Intention wollen Sie davon ablenken? #ichbinhier

Love · Antworten · 2 Tag(e) · Bearbeitet 71

**NO-HATE-SPEECH.DE**

2. **Empathie zeigen.** Im Umgang mit Wut- & Angst-Bürger\*innen hat sich diese Strategie bewährt, denn man versucht, ihre Sorgen und Ängste nachzuvollziehen und ernst zu nehmen. Das kann die Möglichkeit eröffnen, ein Gespräch über die Ursachen der Angstgefühle zu führen und so, im besten Fall, Ängste abzubauen. Aufgepasst: Bei Trollen und Hatern kann man noch so empathisch sein, die Gegenrede-Strategie wird nicht aufgehen. Umso wichtiger ist es, zuvor die Motivation der Kommentator\*innen einzuordnen.

Mit dieser Hass-Strategie werden Betroffene zu Täter\*innen gemacht. Im Englischen lautet der entsprechende Begriff „Victim Blaming“ – dem Opfer bzw. den Betroffenen wird die Schuld für die an ihnen begangenen Straftaten oder Online-Attacken zugeschrieben. Mit am häufigsten ist diese Strategie zu beobachten, wenn Frauen\* von Hass und Gewalt betroffen sind: Bei Hasskommentaren, sexueller Gewalt und Vergewaltigungen wird z. B. behauptet, sie seien zu provokant aufgetreten – und somit selbst schuld an einem Angriff.

**SAYING A GIRL IS "ASKING FOR IT" BY NOT WEARING ENOUGH CLOTHES IS LIKE SAYING I CAN BEAT UR HEAD IN W A BAT BC YOU WEREN'T WEARING A HELMET**

### GEGENREDE

- 1. Beim Namen nennen.** Man sollte die Strategie der Hater offen benennen und damit auch für die Mitlesenden klarstellen, wer Täter\*in und wer Opfer ist. Denn häufig versuchen Hater mit dieser Strategie, nicht nur die Betroffenen weiter anzugreifen, sondern auch Mitlesende zu manipulieren. Demaskiert man diese Strategie, erklärt man sich mit den Betroffenen solidarisch und zeigt, dass solche Techniken erkannt und nicht akzeptiert werden.
- 2. Zum Thema zurückführen.** Es ist wichtig, dass man sich durch diese Strategie nicht ablenken lässt, sondern zum eigentlichen Thema zurückführt. Zwar kann man auf vermeintliche „Fakten“ reagieren (bspw. indem man sie korrigiert), sollte aber durch gezielte Rückfragen verhindern, dass vom ursprünglichen Thema abgewichen wird. Dazu kann auch, wenn angebracht, wiederholt und rigoros auf das eigentliche Thema verwiesen werden. Allerdings mit Bedacht: Häufig tendiert man dazu, Antworten zu kopieren, anstatt auf individuelle Kommentare einzugehen – das begünstigt Hater, die dann argumentieren (können), dass man kontroversen Diskussionen ausweiche.

**Übrigens:** Diese Formen der Gegenrede werden auch im Umgang mit den Hass-Strategien Themenhopping und Whataboutism empfohlen.

## THEMENHOPPING

Hater „springen“ in ihren Kommentaren zu einer ganzen Reihe weiterer Themen – Hauptsache weg vom Ausgangsthema und rein in die eigene Filterblase, Gedankenwelt und Komfortzone. Bisweilen ist die Strategie des Themenhoppings schwieriger zu entlarven, wenn Hater themenverwandte Inhalte einbringen. Manchmal ist es einfacher, bspw. wenn es in einer Diskussion über Bio-Obst-Anbau in der Antarktis plötzlich um Migrant\*innen geht.

## WHATABOUTISM

Hater nutzen diese Strategie, um die eigentlich benannten Missstände des Ausgangsbeitrages zu relativieren, indem sie auf andere echte oder vermeintliche Probleme verweisen. Damit soll entweder die eigene Meinung in den Fokus gerückt oder das Verhalten der eigenen, favorisierten Gruppe verharmlost werden. Häufig ist diese Strategie bei Beiträgen zu rechter Gewalt zu beobachten, hier verweisen Hater schnell auf den Linksextremismus. Damit einher geht oft der Vorwurf, dass Medien nicht objektiv seien, sondern „links-grün-versifft“.

## HASS-STRATEGIE

### HALBWahrheiten & FAKE NEWS

Insbesondere Accounts, die rechten Gruppierungen zugehörig sind, greifen auf Halbwahrheiten zurück. Aber so, wie es ein bisschen schwanger nicht gibt, gibt es auch ein bisschen gelogen nicht. Einen Schritt weiter gehen Fake News: Mit provokanten bis kampfartigen Schlagzeilen, Behauptungen und gefälschten Bildern werden so „Fakten“ geschaffen und verbreitet. Es gibt ganze Seiten und Accounts, die sich der Erstellung und Verbreitung dieser vermeintlichen „Nachrichten“ widmen – sie sind aber selten sonderlich kreativ: Häufig werden Sachverhalte übernommen, lediglich Städte, Regionen und Bundesländer ändern sich. Diese Nachrichten verbreiten sich besonders gut, wenn im Netz viele Menschen erreicht werden, die einfache Antworten suchen, solcher Propaganda deshalb glauben und sie weiterverbreiten.

### GEGENREDE

1. **Fakten, Fakten, Fakten.** Auf Halbwahrheiten und Falschnachrichten, pseudowissenschaftliche und pseudo-informierte Kommentare sollte man konsequent mit Fakten und vertrauenswürdigen Quellen reagieren. Dadurch werden die Fehler und Falschinformationen in der Argumentation der Hater offengelegt. Zudem sollte man unbedingt nach Originalquellen fragen. Sollten daraufhin wider Erwarten verlässliche Studien und Umfragen genannt werden, gilt es zu

überprüfen, ob die Lesart selektiv ist, also nur nach Zahlen gesucht wurde, die verzerrte Argumentationen stützen oder aus dem Kontext gerissen sind. Auch diese Strategie richtet sich in erster Linie an Mitlesende. Achtung: Diese Form der Gegenrede kann sehr zeitaufwendig sein.

- 2. Widersprüche offenlegen.** Häufig widersprechen sich Hater innerhalb ihres Kommentars oder eines Schlagabtauschs selbst. Diese Widersprüche gilt es für alle Mitlesenden aufzuzeigen. Oft ist den Hatern bewusst, dass sie sich widersprechen – dies wird gerne in Kauf genommen, kann man so vom eigentlichen Thema ablenken. Ein Beispiel ist die immer wiederkehrende Debatte ums Kopftuch: Häufig weisen Hater darauf hin, dass praktizierende Musliminnen unterdrückt seien und Kopftücher in Deutschland deshalb nicht erlaubt sein sollten – ohne den Widerspruch zu sehen, dass sie damit die Bekleidung für Frauen\* selbst festlegen wollen.



Polizei Sachsen ✓  
@PolizeiSachsen

Antwort an @AfDSalzgitterKV und

Und nebenbei müssen wir auch  
noch hetzerische, infame und  
schlicht #FakeNews verbreitende  
Posts wie von Ihnen korrigieren.  
\*fs

# MENSCHENVER- ACHTENDE IDEOLOGIEN IM NETZ

ERKENNTNISSE DER QUALIFIZIERUNGSREIHE „DIGITALE  
ZIVILCOURAGE UND EMPOWERMENT  
- UMGANG MIT EXTREMISMUS IM NETZ STÄRKEN“<sup>623</sup>



Die digitale Welt bietet extremistischer Propaganda günstige Bedingungen: Inhalte verbreiten sich nicht nur schnell, soziale Netzwerke werden auch als Ort der Rekrutierung und Radikalisierung genutzt. Dabei orientieren sich Extremist\*innen bei der Ausgestaltung ihrer propagandistischen Inhalte an den Sehgewohnheiten des Publikums und bemühen sich, diese bestmöglich zu bedienen.<sup>24</sup> Inhalte werden z. B. so aufbereitet, dass extremistische Botschaften als Werbung für Lieblingscomputerspiele von Jugendlichen verpackt werden: Durch Verknüpfung des Computerspiels „Call of Duty“ mit dem Dschihad z. B. werden Parallelen zwischen dem Alltag Jugendlicher und extremistischen Zielen gezogen, um diese einerseits zu verharm-

losen, andererseits aber auch, um Identifikationsflächen zu schaffen. Die gleiche Taktik nutzten Rechtsextremist\*innen z. B. anlässlich einer Kommunalwahl in Macerata, Italien. Hier wurde das Computerspiel „Hitman“ als Grundlage für die Darstellung bzw. Verherrlichung des Rechtsextremisten Luca Traini als Auftragskiller herangezogen; Dieser hatte zuvor mehrere Menschen mit Migrationsgeschichte ermordet.

Im Kern menschenverachtender Ideologien und der dazugehörigen Propaganda, unabhängig von ihrer Richtung, geht es dabei stets um das Narrativ „Gut“ gegen „Böse“; dieses Narrativ wird auch als „Star-Wars-Effekt“ bezeichnet.<sup>25</sup> Darüber hinaus nutzen Extremist\*innen viele weitere Kommunikationsstrategien, darunter



bspw. das Hijacking von Hashtags, die Emotionalisierung von Debatten oder die gezielte Verbreitung von Desinformationen.

Um die Arbeit von Community-Manager\*innen zu erleichtern, sollte auch der Umgang mit diesen Extremfällen in die Netiquette aufgenommen werden – das erhöht nicht nur die Transparenz, sondern zeigt auch, dass Menschenfeindlichkeit und Rassismus bei seriösen Medien nicht geduldet werden. Darüber hinaus sollten Community-Manager\*innen darin geschult werden, extreme und verfassungswidrige Inhalte zu erkennen.

23 Die Qualifizierungsreihe umfasst mehrere Workshops in ganz Deutschland; Sie wurde von der Bundeszentrale für politische Bildung in Auftrag gegeben und vom Neue deutsche Medienmacher e. V. durchgeführt. Die hier aufbereiteten Informationen stammen, wenn nicht anders angegeben, aus diesen Workshops.

24 Jugendschutz.net (2018): Lagebericht Rechtsextremismus im Netz, unter: [http://www.jugendschutz.net/fileadmin/download/pdf/Lagebericht\\_2017\\_Rechtsextremismus\\_im\\_Netz.pdf](http://www.jugendschutz.net/fileadmin/download/pdf/Lagebericht_2017_Rechtsextremismus_im_Netz.pdf) (abgerufen am 07.08.2019)

25 Julia Ebner (2018): Wut, Theiss Verlag: Darmstadt.

## MÖGLICHE GEGENREDE-STRATEGIEN SIND:

**1. Löschen, anzeigen, melden.** Strafrechtlich relevante Inhalte sollten angezeigt, zumindest aber beim jeweiligen Netzwerkbetreiber gemeldet und / oder auf den eigenen Seiten gelöscht werden.

**2. Beim Namen nennen.** Häufig greifen extreme Gruppen auf die Emotionalisierung von Sachverhalten zurück, um Propaganda zu verbreiten. Sinnvoll ist es deshalb, die ursprüngliche Aussage oder das eigentliche Thema sachlich und ohne emotionsgeladene Details herauszuarbeiten. Hierfür sollte man die Intention des Gegenübers in den Mittelpunkt rücken – indem man die Aussage analysiert oder ihren Ursprung erfragt. Machen Sie die strategischen Eskalierungsversuche der Extremist\*innen als solche sichtbar. Achtung: Formulieren Sie nicht oberlehrerhaft und mit erhobenem Zeigefinger, sondern ruhig, gelassen und sachlich. Man sollte sich außerdem darauf vorbereiten, dass ein Nazi-Vorwurf meist zu Solidarisierungseffekten unter Rechten führt.

**3. Fakten, Fakten, Fakten.** In diesem Extremfall hilft es selten, aber doch manchmal, Fakten zu verlangen. Dabei kann man auf Lücken und Fehlinformationen in der Argumentation hinweisen, zumindest für die Mitlesenden.

## WIE EXTREMIST\*INNEN (SOZIALE) MEDIEN NUTZEN

Die Journalistin Karolin Schwarz erklärt anhand der Attentate von Christchurch im März 2019, wie sich extremistische Propaganda im Internet systematisch verbreitet.<sup>26</sup> Zum einen wird deutlich, dass politische Extremist\*innen oft eine

klare Medienstrategie verfolgen, veröffentlichte der Attentäter vor seiner Tat doch zunächst eine politische Erklärung. Die Morde nahm er schließlich mit der Kamera auf.

Für Plattformen wie YouTube, Twitter oder Facebook ist es oft schwierig zu erkennen, dass bestimmtes Bild- oder Videomaterial problematisch bzw. Teil extremistischer Propaganda ist. Aus diesem Grund ist es wichtig, dass User\*innen, insbesondere auch Social-Media-Redakteur\*innen, den Plattformen solches Material melden und dieses so schnell wie möglich gelöscht wird. Um sich nicht in die Medienstrategie von Extremist\*innen einbinden zu lassen, müssen Redakteur\*innen die mediale Vorgehensweise solcher Personen und Gruppen kennen. Insbesondere müssen sich klassische Medien ihrer Verantwortung bei der Weiterverbreitung von extremistischer Propaganda bewusst sein: Der Christchurch-Attentäter hatte es zum Beispiel darauf angelegt, die Medien für seine politischen Zwecke auszunutzen. Sie sollten solche Propaganda in keinem Fall teilen, weder Erklärungen noch Videos oder Bilder. Auch wenn gewalttätige Szenen verpixelt oder herausgeschnitten werden: Die Propaganda wird dennoch verbreitet.

## ZUM WEITERLESEN

**Institute for Strategic Dialogue & Institut für Demokratie und Zivilgesellschaft (2018): Hassliebe – Muslimfeindlichkeit, Islamismus und die Spirale gesellschaftlicher Polarisierung.** Diese Untersuchung geht auf übereinstimmende Muster (on- und offline) in den Mobilisierungsstrategien des Islamismus und des Rechtsextremismus ein, sowie auf Wechselwirkungen zwischen den Milieus.

**Jugendschutz.net (2019): Lagebericht Islamismus im Netz** widmet sich ebenso den Kommunikationsstrategien und beispielhaften Kampagnen von islamistischen Extremisten\*innen.

**Jugendschutz.net (2018): Lagebericht Rechtsextremismus im Netz** beschreibt rechtsextreme Kommunikationsstrategien und Trends.

26 Deutschlandfunk Kultur:  
Terror in Christchurch.  
Vom Troll zum Terroristen?  
Sendung vom 16.03.2019,  
unter: [https://www.deutschlandfunkkultur.de/terror-in-christchurch-vom-troll-zum-terrorist.1264.de.html?dram:article\\_id=443756](https://www.deutschlandfunkkultur.de/terror-in-christchurch-vom-troll-zum-terrorist.1264.de.html?dram:article_id=443756) (abgerufen am 15.08.2019)

## GÄNGIGE ANTI-HASS-STRATEGIEN

### KONTERN MIT STIL - HUMOR

Die bevorzugte Strategie, auf Hass zu antworten, ist mit Humor. Humor hat viele Vorteile: Beim Moderieren hilft er, angestaute Energie zu entladen. Außerdem muss sich der\*die Moderator nicht großartig mit dem Inhalt von Hasskommentaren auseinandersetzen, bei denen es schlicht keinen Sinn ergibt. Es ist ein Weg, die Absurdität oder Inhaltsleere des Hasskommentars offenzulegen. Auch ökonomisch ergibt die Strategie Sinn: Humor bringt viele Likes, der Konter wird dementsprechend hoch in der Timeline angezeigt.

Humor kann dann angebracht sein, wenn Kommentierende Themenhopping oder Whataboutism betreiben und ihre Textbausteine zusammenhangslos unter alle möglichen Artikel posten – wenn also offensichtlich ist, dass keine vernünftige Diskussion mit den Nutzer\*innen geführt werden kann. Man kann bspw. mit GIFs oder Memes antworten: Hier nimmt NO HATE SPEECH Arbeit ab, auf unserer Website machen wir passgenaue Konter-Vorschläge.<sup>27</sup>

Doch Humor hat einen entscheidenden Nachteil: Was jemand witzig findet, ist individuell. Und: Den richtigen Ton zu treffen, ist ein schmaler Grat – humorvoll zu sein, ohne zu beleidigen und herabzuwürdigen, ist nicht einfach. Deshalb: Humor immer mit Bedacht und aufmerksamer Wortwahl einsetzen.

## KOMMENTARGOLD



**SPIEGEL ONLINE**  
3 Std. ·

Heute kommt zum ersten Mal der neu gewählte US-Kongress zusammen und er ist weiblicher denn je.



**██████████** Mussten die alle vorher im Oral Office "vorsprechen"  
Gefällt mir · Antworten · 3 Std.  27

**██████████** die 90er haben angerufen, sie wollen ihre Gags wiederhaben  
Gefällt mir · Antworten · 3 Std.  10



NO-HATE-SPEECH.DE

<sup>27</sup> <https://no-hate-speech.de/kontern/fuer-gegen-alle-hate-speech/>

## KONTERN MIT FAKTEN - ZAHLEN, AUF- KLÄRUNG, RÜCKFRAGEN

Auch aufklären und nachfragen erfreuen sich beim Gegensprechen großer Beliebtheit. Wir nennen es: Kontern mit Fakten. Auf fehlinformierte oder nur vorgeblich wissenschaftliche Posts sollte man konsequent mit **Fakten** reagieren. Man kann z.B. darauf hinweisen, dass Umfragen repräsentativ sein müssen, dass es einen Unterschied zwischen gefühlter und tatsächlicher Wahrheit gibt und dass Fakten nicht einfach nach Belieben verdreht werden können. Mit der Fakten-Strategie legt man Fehler in der Argumentation der Hater offen, berichtigt sie und stellt außerdem seriöse Quellen zur Verfügung. Man muss allerdings entsprechend gut informiert sein, um inhaltliche Fehler aufzuspüren und sie mit seriösen Quellen korrigieren zu können. Eine Schwierigkeit ist zudem, dass manche User\*innen bestimmte seriöse Quellen wie tagesschau.de nicht (mehr) anerkennen. Die **Aufklärungsstrategie** legt mehr als nur die Taktik der Hater offen. Man kann z.B. die Mitlesenden darüber aufklären, dass es

sich bei bestimmten Profilen um Bots, Trolle oder der Redaktion bereits bekannte Hater handelt. Häufig genügt ein Blick auf die Profile und Kommentare, um ihre Absichten zu durchschauen und sie für die Mitlesenden zu demaskieren. Aber aufgepasst: Man riskiert hier, Menschen in Schubladen zu stecken. Bedeutet also, dass man sich bei den gewählten Zuschreibungen sicher sein sollte. Aufklärung im klassischen Sinne kann auch heißen, für die Mitlesenden Links z.B. zu Statistiken und Artikeln zur Verfügung zu stellen. Ein Vorteil dieser Vorgehensweise ist, zu einer Verbesserung der Diskussionskultur beizutragen.

Mit gezielten **Fragen** können falschinformierte Kommentare entlarvt werden. Auch hier sollte man sich inhaltlich gut mit dem jeweiligen Thema auskennen. Man kann Fragen zum Beispiel mit einem ‚oder?‘ abschließen, so dass das Gegenüber reagieren muss, wenn er\*sie die Oberhand in der Diskussion behalten will. Fragen können auch sehr einfach gestellt werden. Man selbst kennt die Antwort, macht mit der Frage aber das Unwissen der\*s Verfasser\*in deutlich. Bei gezielten Nachfragen ist eine sehr höfliche, seriöse Wortwahl wichtig. Oft sind die Antworten von Hatern auf gezielte Nach-

### KOMMENTARGOLD



**SPIEGEL.DE**  
**Papst räumt Missbrauch von Nonnen durch Priester und Bischöfe ein**

■■■■■■ Männer sind nunmal leider oft triebgesteuert...ob mit oder ohne Zölibat. Es geht da wohl eher um Macht...

Gefällt mir · Antworten · 1 Tag(e) · Bearbeitet 6

**SPIEGEL ONLINE** 1. Nur weil Menschen keinen Sex haben "müssen" sie nicht andere vergewaltigen. Das ist eine blödsinnige und gefährliche Vorstellung, die Täter von ihrer Verantwortung entbindet.  
2. Vergewaltigung ist kein Sex, es ist Gewalt.  
3. Ein "Trieb" ist keine Ausrede für diese Gewalt.

Gefällt mir · Antworten · 1 Tag(e) · Bearbeitet 162

★★★★★
**NO-HATE-SPEECH.DE**

fragen in sich widersprüchlich, falsch oder schlicht menschenfeindlich. Dann kann höflich erwidert werden, dass auf wirre bis rassistische Kommentare leider keine sachliche Antwort möglich ist. Oder dass die Aussagen schwerlich ernst zu nehmen sind. Diese Taktik funktioniert allerdings nicht bei geübten Hass-trollen, weil sie oft ein ganzes Arsenal an Pseudo-Wissen bereithalten und teils perfide und unzusammenhängende Antworten parat haben.

### KONTERN MIT GEFÜHL - EMPATHIE, SOLIDARITÄT

**Empathie** wirkt insbesondere im Umgang mit „Wut-“ und „Angstbürger\*innen“. Fragen wie: „Was macht Ihre Angst denn aus?“, „Was genau haben Sie erlebt?“, „Haben Sie sich schon einmal Hilfe geholt?“, „Haben Sie sich an die Polizei gewandt?“ können dafür sorgen, dass das Gegenüber sich ernst genommen fühlt. Denn daran mangelt es offenbar vielen Menschen. Natürlich funktioniert das nicht bei Menschen, die nur ihren Hass verbreiten wollen. Bevor man Empathie zeigt, sollte man deswegen versuchen, die Motivation der Kommentator\*innen herauszufinden oder zu erfragen.

Eine andere Strategie, die Gefühl bedarf, ist es, sich solidarisch mit Betroffenen von Hassrede zu zeigen. Das kann beispielsweise so aussehen: „Liebe Redaktion XY, die gerade von einem Shitstorm bedacht wird, wir denken an euch. Wir sind an eurer Seite, wir stehen zu eurem Inhalt.“ Ziel ist es, zu zeigen, dass das, was dort steht, nicht einer Mehrheitsmeinung entspricht, sondern organisierte Meinungsmache ist. Richtet man sich auf diese Art an Betroffene, ist das ein guter Weg, den Urheber\*innen von Hass und Hetze nicht weitere Aufmerksamkeit zu schenken, sondern ein eigenes Narrativ zu schaffen,

das den Fokus auf **Solidarität** richtet, nicht auf Hass. Auch Redaktionen können sich – bei aller Neutralität untereinander solidarisch zeigen. Der Nachteil: Man eröffnet ein neues Kampffeld neben dem eigenen. Der Vorteil: In harten Zeiten kann man selbst Solidarität erwarten.

## KOMMENTARGOLD



**Aha wir leben in Sicherheit??**  
Weihnachtsmarkt...Edeka...magst noch mehr Beispiele??Die bringen den Terror zu UNS!!  
Gefällt mir · Antworten · 🗨️👍 55 · 17 Std.

**Terror. Ja, das ist beängstigend auch für mich. Aber es ist nicht annähernd vergleichbar mit dem was in vielen anderen Ländern der Welt los ist. Bomben-, Giftgas-, und Selbstmordanschläge, Hunger, Durst, Kindersoldaten, Landminen usw. Auch wenn "unser" subjektives Gefühl uns in Unsicherheit wiegt, die Sicht der Menschen ausserhalb Europas ist eine andere.**  
Gefällt mir · Antworten · 🗨️👍 92 · 17 Std.



## SO LIEBER KEIN KONTRA - WORTFILTER, AGGRESSION, MORALISCHER ZEIGEFINGER

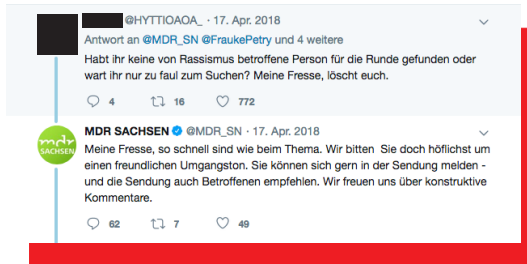
Seltener angewandte Möglichkeiten, auf Hass zu antworten, sind Sarkasmus, Wortspiele und Verwarnungen. Besonders **Ironie und Sarkasmus** jedoch verhindern, dass man ein Gespräch auf Augenhöhe führt. Oft wirken solche Kommentare selbst überheblich und herabwürdigend.

**Wortfilter**<sup>28</sup> sind sehr hilfreich, wenn es um die Bewältigung massenhafter Kommentare geht. Die Filterfunktion kann dafür sorgen, dass diskriminierende Wörter gar nicht erst in die Kommentarspalten gelangen. Aber: Trolle sind sehr gut darin, Wortfilter zu umgehen. Entweder sie verwenden innerhalb der Wörter Sonderzeich\_en, so dass Schlagwörter nicht erkannt werden. Oder sie verwenden Sprachcodes, bezeichnen z. B. Geflüchtete als „Goldstücke“. Ein weiteres Problem ist, dass mit einem Wortfilter auch die Kommentare der Gegenrede herausgefiltert werden. So reicht es beispielsweise bei manchen automatischen Filtersystemen, einen Satz mit „Du bist ...“ anzufangen, um vom Algorithmus als Hate Speech einsortiert zu werden. Filtersystemen sollte deshalb immer eine aktive Moderation beigelegt werden.

Auf Hasskommentare mit **Wut oder Aggression** zu reagieren, nur um dem eigenen Ärger Luft zu machen, kann befreiend sein, ist aber für eine Diskussion nicht ratsam. Es bringt weder die Urheber\*innen zur Einsicht, noch vermittelt es den Mitlesenden bzw. der Community den Wert einer sachlichen Diskussionskultur. Man sollte sich nicht auf das sprachliche Niveau von Trollen und Hater einlassen. Allein schon, damit es deutliche sprachliche und stilistische Unterschiede zwischen Hasskommentar und Gegenrede gibt.

Bei der Gegenrede zu Hasskommentaren ist man manchmal dazu verleitet, die **Moral** ins Spiel zu bringen – im Sinne von „Das ist unanständig, was Sie hier schreiben“. Das Problem: Die still Mitlesenden erreicht man so nicht. Vielmehr präsentiert man sich als weniger schlagfertig und kommt teils als beleidigte Leberwurst rüber, der nichts anderes einfällt. Fazit also: Auch diese Strategie ist wenig attraktiv.

<sup>28</sup> Gängige Automatisierungstools fürs Community-Management sind Conversario (angewendet z. B. von Focus Online, FAZ.net, n-tv, Berliner Zeitung, rbb), Talk (entwickelt mit Washington Post & New York Times), Perspective Api (angewendet z. B. von New York Times, Economist, Guardian)



## GÄNGIGE ARGUMENTE UND ANTWORTEN

Es ist wichtig, in der Redaktion darüber zu diskutieren, wie man auf bestimmte „Argumente“ von Hatern reagieren will, denn es geht immer um eine politische Bewertung des Gesagten – und damit auch um die politische Ausrichtung des Mediums. Fakten, Argumente und Artikel auf häufige Hasskommentare sollten deshalb gesammelt werden. Diese Argumentationsleitfäden sollten für die gesamte Redaktion zugänglich gemacht werden, z. B. im Intranet.

Auf unserem Helpdesk haben wir eine Sammlung interner Argumentationshilfen zusammengestellt.<sup>29</sup> Auch auf der Website von NO HATE SPEECH haben wir viele Möglichkeiten der Gegenrede gesammelt: zu Sexismus, (antimuslimischem) Rassismus, Antisemitismus, Antiziganismus, Ableismus, Homo- und Transphobie.<sup>30</sup> Außerdem gibt es dort Memes und GIFs zum Herunterladen, sollte man einmal nicht mit einem Text antworten wollen.

Im Folgenden ein paar häufige „Argumente“ und mögliche Antworten:

### „Wenn Sie meine Kommentare löschen, verstößt das gegen die Meinungsfreiheit!“

- „Hetze drängt andere Menschen aus dem öffentlichen Raum. Hetze verhindert Meinungsfreiheit.“
- „Jede\*r kann sagen, was er/sie will. Den meisten gelingt das sogar, ohne die Rechte anderer zu verletzen ;)“
- „Meinungsfreiheit hat in Deutschland dort ihre Grenzen, wo sie die Rechte anderer verletzt.“
- „Meinungsfreiheit bedeutet nicht, dass man andere Menschen diskriminieren, beleidigen und bedrohen darf oder ungestört hetzen kann.“

*Generell gilt: auf Diskussionsregeln/ Netiquette hinweisen, Verstöße/ Hate Speech benennen.*

<sup>29</sup> <https://helpdesk.neuemedienmacher.de/artikel/argumentationsleitfaeden>

<sup>30</sup> <https://no-hate-speech.de/de/kontern/fuer-gegen-alle-hate-speech/>

### **„Sie berichten absichtlich nicht über Straftaten von (Migrant\*innen, Linken etc.)“**

- „Wir berichten nach sorgfältiger Recherche, wahrheitsgetreu und mit Quellenangabe und -überprüfung.“

*Generell gilt: nach konkreten Beispielen fragen, in denen angeblich falsch bzw. nicht berichtet wurde.*

### **Bei Hetze gegen Geflüchtete**

- „Es wäre doch besser, wenn alle ein gutes Leben hätten, als wenn Geflüchtete ein noch schlechteres hätten, oder?“
- „Ich schlage vor, dass wir alle uns dafür einsetzen, dass menschenwürdiges Leben in Deutschland allen Menschen ermöglicht wird.“

### **Der Islam ist böse/ Muslime sind... / distanzieren sich nicht von Terroristen ...**

- „Wie viele Newsletter oder FB-Seiten muslimischer Gemeinden und Menschen haben Sie abonniert? Wie viel Kontakt pflegen Sie im Alltag?“
- „Sie glauben also, 1,57 Milliarden Menschen pauschal einschätzen zu können?“

### **„Kriminelle Ausländer“**

- Wenn Zahlen genannt werden: „Woher sind diese Zahlen?“
- „Ach so. Der kriminelle Ausländer ist wieder schuld oder viel schlimmer oder beides. Wir haben da auch eine Zahl: Im Jahr 2018 wurden 8.113 Fälle von Hasskriminalität registriert, dabei kamen 7.153 von rechts. Nur 232 waren von ausländischen Ideologien motiviert.“<sup>31</sup>

### **Verbreitung von Unwahrheiten& Fake News**

- „Können Sie das auch belegen? Disclaimer: Hörensagen zählt nicht ;)“

*Generell gilt: richtigstellen, wenn möglich.<sup>32</sup>*

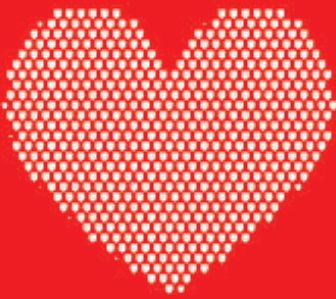
<sup>31</sup> Bundesministerium des Inneren, für Bau und Heimat (2019): Straf- und Gewalttaten im Bereich Hasskriminalität, unter: <https://www.bmi.bund.de/SharedDocs/downloads/DE/veroeffentlichungen/2019/pmk-2018-hasskriminalitaet.html> (abgerufen am 07.08.2019)

<sup>32</sup> Z. B. mithilfe von [hoaxmap.org](http://hoaxmap.org); [tagesschau.de/faktenfinder](http://tagesschau.de/faktenfinder)



GASTBEITRAG:  
ALEX URBAN

# #ICHBINHIER: ERKENNTNISSE VON DEN FACEBOOK- SEITEN GROSSER MEDIENREDAKTIONEN



Mit Herz und Verstand.



Quelle: #ichbinhier

Die Facebook-Gruppe #ichbinhier<sup>33</sup> wurde 2016 von Hannes Ley nach dem Vorbild der schwedischen Gruppe #jagärhär gegründet. Seitdem hat sie sich intensiv mit Hasskommentaren und Desinformationen in den Kommentarspalten auf Facebook auseinandergesetzt.

<sup>33</sup> Kontakt: info@ichbinhier.online & Facebook Gruppenseite: <https://www.facebook.com/groups/718574178311688/> (geschlossen – abgerufen am 08.08.2019) & Facebook Infoseite: [https://www.facebook.com/ichbinhierDerVersein/?ref=br\\_rs](https://www.facebook.com/ichbinhierDerVersein/?ref=br_rs) (öffentlich – abgerufen am 08.08.2019)

Gruppenmitglieder identifizieren zunächst Beiträge bzw. die Kommentare darunter, die Schmähungen, Beleidigungen, aufhetzende Kom-

mentare, Desinformationen und Falschdarstellungen enthalten. Nachdem diese in der Gruppe geteilt wurden, setzen die Mitglieder auf Counter Speech: Das heißt, dass sie von ihnen als sachlich und respektvoll eingestufte Kommentare schreiben und entsprechende Beiträge unterstützen. Dabei wird das Hashtag #ichbinhier verwendet.

Die Facebook-Gruppe gilt mit ihren über 45.000 Mitgliedern und den Kontakten zu Medien als Vorreiterin auf dem Gebiet der „Many-to-Many“-Kommunikation. Seit Gründung der Gruppe konnte das Moderator\*innen-Team täglich nicht

Die meisten Reaktionen auf Facebook-Kommentare sind negativ, und zwar nicht nur in Bezug auf die Qualität der Kommentare, sondern auch auf die Reaktionen der Kommentatoren. Die meisten Reaktionen sind negativ, und zwar nicht nur in Bezug auf die Qualität der Kommentare, sondern auch auf die Reaktionen der Kommentatoren. Die meisten Reaktionen sind negativ, und zwar nicht nur in Bezug auf die Qualität der Kommentare, sondern auch auf die Reaktionen der Kommentatoren.

nur die unterschiedlichen Strategien diverser reichweitenstarker Medien (Facebook-Medien-Seiten mit mehr als 100.000 Fans) in Bezug auf die Auswahl von Themen und Meldungen, sondern auch die Frequenz der Beiträge beobachten. Die Gruppe identifizierte zudem verschiedene Faktoren, die Einfluss auf die Entwicklung der Kommentarspalten haben (können).

### **SCHLUSSFOLGERUNGEN NACH ÜBER ZWEI JAHREN MEDIEN-BEOBACHTUNG (DEZ. 2016 – AUGUST 2019)**

Viele Medienseiten provozieren schon mit der Aufmachung ihrer Artikel bestimmte Emotionen und Reaktionen, unter anderem durch reißerische Überschriften, Teaser der Artikel auf Facebook sowie deren Bebilderung. Dieses sogenannte Clickbaiting stellt die Einnahmequelle zumindest der privaten Medien dar: Je mehr Klicks generiert werden, desto höher sind die Werbeeinnahmen. Es ist bereits anhand der Überschrift sowie des ausgewählten Fotos abzusehen, wie groß der Traffic unter dem Artikel sein wird.

Schnell wird klar, dass vor allem negative, wenig ausdifferenzierte und pauschalisierende oder gar (auf-)hetzende Kommentare die meisten Reaktionen hervorrufen, nämlich:

- » eine hohe Anzahl von Likes,
- » viele ähnliche Kommentare, deren Verfasser\*innen sich nun „endlich trauen“, das mal „sagen zu dürfen“,
- » zunächst verhältnismäßig wenig Gegenrede, auf die
- » in konzertierten Aktionen massenhaft und beleidigend reagiert wird.

### **KOMMENTARMODERATION – WIE MAN ES NICHT MACHEN SOLLTE**

Leider vernachlässigen viele Redaktionen ihre Kommentarspalten, nachdem sie die Artikel geteilt haben. „Moderation“ erschöpft sich hier viel zu oft im Einsatz einer Filtersoftware oder dem einfachen Löschen von Kommentaren in der Hoffnung, die Diskussion so im Zaum zu halten. Die Folgen einer derartigen Schmalspur-Moderation ähneln sich:

- » User\*innen passen schnell ihren Sprachgebrauch an und umschreiben, was sie eigentlich sagen wollen. Auf diese Weise wird die Filtersoftware umgangen.
- » Die Sprache in den Kommentaren wird zynischer, da die Software nicht zwischen den Zeilen lesen kann.
- » Gleichzeitig wird Gegenrede verdrängt: Wenn diese auf Hass oder Hetze hinweisen will, indem sie zum Beispiel zitiert, kann die Filtersoftware nicht zwischen Zitat und Hassbotschaft unterscheiden und lässt so auch Gegenrede oft nicht zu.
- » Nicht kommuniziertes oder erläutertes Löschen werten User\*innen oft als Zensur.

Die fehlende Moderation unter den Artikeln vermittelt den still mitlesenden Personen zudem den Eindruck, es herrsche eine Meinungshoheit der Hater, die so in der Realität nicht nachweisbar ist. Unmoderierte Kommentarspalten werden so zum Ziel organisierter Gruppen oder Troll- bzw. Fakeaccounts, die die Gelegenheit nutzen, um ihre Halbwahrheiten, Fake News, politischen Botschaften sowie immer gleichen Argumentationsmuster geschickt unterzubringen und quantitativ zu untermauern (in Form von Likes und Zuspruch). Der demokratische Diskurs wird zerstört, Mit-Diskutant\*innen und andere Meinungen werden verjagt.

### **KOMMENTARMODERATION – WIE MAN ES MACHEN SOLLTE**

Ausgangspunkt ist eine faktenbasierte, gut nachvollziehbare, sauber recherchierte und sachliche Berichterstattung. Studien belegen zudem, dass sich die oben genannte Hass-Kommentare sowie Negativeindrücke bei den still Mitlesenden nur in Verbindung mit einem guten Management der Kommentarspalten vermeiden lassen. So sind Anschlussdiskussionen respektvoller und sachlicher.<sup>34</sup>

Wenn Medien an einem positiven Image ihrer Facebook-Auftritte interessiert sind, braucht es Ressourcen, um:

- » die Kommentarspalten 24/7 betreuen zu können,
- » zeitnah (!) aktiv zu kommentieren und die Diskussion begleiten zu können und damit
- » ihre Netiquette zu wahren und
- » Desinformationen und Falschdarstellungen richtig zu stellen.

Schließlich und letztlich sollte jedes Medium eine Social-Media-Strategie entwickeln. Das heißt: Nicht jeder publizierte journalistische Beitrag muss auch in den sozialen Kanälen Widerhall finden, vor allem dann nicht, wenn Hassrede zu erwarten ist. Hier schlägt die Qualität die Quantität.

<sup>34</sup> Düsseldorf Institute für Internet and Democracy (2019): Aufräumen im Trollhaus. Zum Einfluss von Community-Managern und Aktionsgruppen in Kommentarspalten, unter: [https://diid.hhu.de/wp-content/uploads/2019/04/DIID-Precis\\_Ziegele\\_V3.pdf](https://diid.hhu.de/wp-content/uploads/2019/04/DIID-Precis_Ziegele_V3.pdf) (abgerufen am 08.08.2019)

# RECHTLICHE MÖGLICHKEITEN IM UMGANG MIT HATE SPEECH<sup>35</sup>

## ... UND WAS IST MIT DER MEINUNGSFREIHEIT?

Bei der rechtlichen Bewertung von Hate Speech geht es stets um die Reichweite und um die Grenzen der Meinungsfreiheit. Da Hater oft mit diesem Grundrecht argumentieren, wenn sie mit Reaktionen auf ihren Hass konfrontiert sind, hier ein paar Hintergrundinformationen.

Die Meinungsfreiheit ist im Artikel 5 des Grundgesetzes verankert und gilt in der Rechtsprechung des Bundesverfassungsgerichts als eines der wichtigsten und weitreichendsten Grundrechte. Wie jedes Grundrecht ist die Meinungsfreiheit jedoch dogmatisch zunächst ein Abwehrrecht, das die Bürger\*innen vor dem Staat schützen soll. Jede\*r soll die Möglichkeit haben, seine\*ihre Meinung zu äußern, ohne staatliche Kontrolle oder Repression erwarten zu müssen. Die Kontrolle und Moderation von Äußerungen auf privatrechtlich betriebenen Plattformen (wie Facebook o. ä.) ist damit rechtlich gar nicht als Eingriff in die Meinungsfreiheit zu werten. In diesen Zusammenhängen kann die Meinungsfreiheit nur mittelbar Wirkung entfalten, z. B. wenn es um Strafbarkeit, Unterlassungsansprüche o. ä. geht.<sup>36</sup>

Meinungsfreiheit ist zudem kein absolutes Recht, steht also nicht über anderen Rechten wie das Recht der\*des Einzelnen auf Schutz der Menschenwürde (Artikel 1). In Absatz 2 des Artikels 5 steht explizit:

„Diese Rechte finden ihre Schranken in den Vorschriften der allgemeinen Gesetze, den gesetzlichen Bestimmungen zum Schutze der Jugend und in dem Recht der persönlichen Ehre.“<sup>37</sup>

35 Vielen Dank an dieser Stelle an Rechtsanwalt Christoph Fischer (Berlin) für die Beratung.

36 Dass der Vorwurf der Zensur beim Löschen von Hasskommentaren zwar gemessen an der Gesetzeslage unzutreffend ist, das Beharren auf diesem legalistischen Argument aber genauso naiv ist und die empfundene Zensur ernst genommen werden sollte, beschreibt der Jurist und Journalist Christian Bommarius (2019): Die neue Zensur. Wie wir selbst unsere Meinungsfreiheit bedrohen. Berlin: Dudenverlag.

37 Deutscher Bundestag: Grundgesetz, unter: [https://www.bundestag.de/parlament/aufgaben/rechtsgrundlagen/grundgesetz/gg\\_01/245122](https://www.bundestag.de/parlament/aufgaben/rechtsgrundlagen/grundgesetz/gg_01/245122) (abgerufen am 08.08.2019)

## HASSREDE UND STRAFGESETZBUCH

38 Wissenschaftliche Dienste des Bundestages (2014): „Das strafbare Verwenden von Kennzeichen verfassungswidriger Organisationen“, unter: [https://www.bundestag.de/blob/195550/4db1151061f691ac9a8be2d-9b60210ac/das\\_strafbare\\_verwenden\\_von\\_kennzeichen\\_verfassungswidriger\\_organisationen-data.pdf](https://www.bundestag.de/blob/195550/4db1151061f691ac9a8be2d-9b60210ac/das_strafbare_verwenden_von_kennzeichen_verfassungswidriger_organisationen-data.pdf) (abgerufen am 06.08.2019)

Solche Schranken finden sich insbesondere in den Vorschriften des Strafgesetzbuchs (StGB). Um einordnen zu können, ob ein Hassposting eventuell rechtswidrig ist, folgt ein kurzer Überblick zu relevanten Straftatbeständen mit Beispielen zu Urteilen. *Disclaimer: Dies ist keine Rechtsberatung und ersetzt nicht den Gang zum Anwalt bzw. zur Anwältin.*

### Verboten ist laut StGB:

(§ 86) **Verbreiten von Propagandamitteln verfassungswidriger Organisationen.** Das Zeigen von Symbolen verfassungswidriger Organisationen, z. B. Hakenkreuz, nationalsozialistische Fahne, SS-Totenkopf, „deutscher Gruß“<sup>38</sup>

**(§ 111) Öffentlicher Aufruf zu Straftaten.**

→ Merkel müsse „öffentlich gesteinigt werden“, postete ein 28-jähriger Bochumer auf Facebook. Das Gericht verstand die Aussage als einen Aufruf zur Gewalt. Strafe: 2.000 Euro.<sup>39</sup>

**(§ 130) Volksverhetzung.** Volksverhetzung ist die Gefährdung des „öffentlichen Friedens“ durch Aufstacheln zu Hass, Gewalt, Willkür oder Verletzung der Menschenwürde gegen einzelne Menschen oder ganze Gruppen.

→ Beispiel: YouTube-Blogger „Julien“ wurde zu einer Freiheitsstrafe von acht Monaten auf Bewährung und 15.000 Euro Geldstrafe verurteilt. „Vergasen sollte man die Mistviecher“, hatte er in einem knapp 800.000 Mal geklickten Video über die Lokführer\*innen der Gewerkschaft GDL gesagt.<sup>40</sup>

**(§ 131) Gewaltdarstellung.** Wer grausame Gewalttätigkeiten verharmlost oder verherrlicht, macht sich strafbar.

→ Über seinen Facebook-Account hatte ein 29-Jähriger unkommentiert einen fast vier Minuten langen Film verbreitet, der u.a. eine Massenhinrichtung durch Erschießen zeigte. Das Amtsgericht Augsburg verurteilte den Mann zu einer Geldstrafe von 1.400 Euro.<sup>41</sup>

**(§ 166) Verunglimpfung religiöser Bekenntnisse.** Höchst umstritten und eher selten angewandt, jedoch theoretisch bestraft wird, wer öffentlich oder durch Verbreiten von Schriften den Inhalt des religiösen oder weltanschaulichen Bekenntnisses anderer in einer Weise beschimpft, die geeignet ist, den öffentlichen Frieden zu stören.

→ 1998 erstatte ein bischöfliches Ordinariat Anzeige gegen ein Punk-Rock-Plattenlabel, das im Internet ein T-Shirt mit einem ans Kreuz genagelten Schwein vertrieb. Das Gericht entschied, dass hier der öffentliche Frieden gestört wird, der Angriff könne das Vertrauen in die öffentliche Rechtssicherheit erschüttern.<sup>42</sup>

**(§ 185) Beleidigung.** Dies kann durch eine Strafanzeige der\*des Beleidigten strafrechtlich verfolgt werden.

→ Ein Beispiel für einen solchen zivilrechtlichen Unterlassungsanspruch: Das Landgericht Hamburg untersagte einem Facebook-Nutzer beleidigende Äußerungen gegen die ZDF-Moderatorin Dunja Hayali. Bei Zuwiderhandlung droht ihm ein Ordnungsgeld von bis zu 250.000 Euro.<sup>43</sup>

**(§ 186) Üble Nachrede.** Der\*die Täter\*in unterstellt jemandem etwas Schlimmes, das nicht wahr ist – er\*sie glaubt allerdings, dass es stimmt.

39 Bubrowski, Helene (2016): Meinungsfreiheit als Deckmantel, unter: <http://www.faz.net/aktuell/politik/urteil-gegen-facebook-hetzer-meinungsfreiheit-als-deckmantel-14162226.html#/elections> (abgerufen am 06.08.2019)

40 Ellerich, Dietlind/Klausmeyer, Frank (2016): Volksverhetzung statt „Videokunst“, unter: <http://www.wn.de/Muensterland/Kreis-Steinfurt/Westerkapeln/2016/02/2271016-YouTube-Star-Julien-verurteilt-Volksverhetzung-statt-Videokunst> (abgerufen am 06.08.2019)

41 Augsburgischer Allgemeine (2015): Gericht verurteilt Mann wegen Hinrichtungs-Video bei Facebook, unter: <http://www.augsburger-allgemeine.de/augsburg/Gericht-verurteilt-Mann-wegen-Hinrichtungs-Video-bei-Facebook-id35099817.html> (abgerufen am 06.08.2019)

42 OLG Nürnberg (1998): Beschimpfung religiöser Bekenntnisse im Internet, in: JurPC Web-Dok. 109/1998, Abs. 1 – 36, unter: <http://www.jurpc.de/jurpc/show?id=19980109> (abgerufen am 06.08.2019)

43 Der Tagesspiegel mit dpa (2016): Gericht verbietet Hasskommentare gegen Dunja Hayali, unter: <http://www.tagesspiegel.de/medien/urteil-gegen-facebook-nutzer-gericht-verbietet-hasskommentare-gegen-dunja-hayali/12939608.html> (abgerufen am 06.08.2019)

- Ein Beispiel aus Österreich: Die FPÖ hatte einem österreichischen Journalisten unterstellt, bei Aufzeichnungen einer rechtsextremen Demo einen Skinhead aufgefordert zu haben, „Heil Hitler“ zu rufen. Nach sechs Jahren Prozess verurteilte der Richter die FPÖ zur Zahlung von 13.000 Euro an den Journalisten. Ebenso musste die Partei das Urteil veröffentlichen.<sup>44</sup>

**(§ 187) Verleumdung.** Im Gegensatz zur üblen Nachrede weiß der\*die Täter\*in bei der Verleumdung, dass seine\*ihre Behauptung nicht wahr ist. Das wird als besonders hinterhältig eingeordnet.

- Ein Beispiel für zivilrechtliche Ansprüche: Mit einem Sachverständigengutachten behauptete die Zeitung „Junge Freiheit“, dass die taz beim Kauf eines Grundstücks „über eine Million Euro auf Kosten des ständig klammen Berlins gespart hat“. Das Berliner Kammergericht urteilte, dass die offensichtlich falschen Behauptungen verleumderisch seien und dass „der Sachverständige und die Junge Freiheit in grober Weise die Rechte der taz verletzt haben“.<sup>45</sup>

**(§ 201a) Verletzung des Lebensbereichs durch Veröffentlichung von Bildaufnahmen.** In Deutschland gibt es das Recht am eigenen Bild. Sobald eine Person klar erkennbar ist, muss sie der Veröffentlichung zustimmen. Dies gilt nicht für zeitgeschichtliche Bilder (wie von Demos oder Straßenfesten) oder Fotos, die zu Zwecken der Wissenschaft oder Kunst erstellt werden.

- Ein Beispiel für zivilrechtliche Ansprüche auf Beseitigung, Unterlassung und Schadenersatz: BILD.de hatte eine Kampagne gegen Hetzer\*innen gestartet und Hasskommentare plus Fotos der Hetzer\*innen veröffentlicht. Das Oberlandesgericht München urteilte, dass die Veröffentlichung ohne Einwilligung stattgefunden habe. BILD konnte die Frage des Gerichts, welchen Mehrwert die Veröffentlichung der Bilder für die Berichterstattung habe, nicht beantworten und musste die Bilder wieder aus dem Netz nehmen.<sup>46</sup>

**(§ 240) Nötigung.** Das bedeutet, einem Menschen mit Mordrohungen oder Drohungen mit einem empfindlichen Übel ein Verhalten aufzuzwingen, das er nicht will. Auch der Versuch einer Nötigung ist bereits strafbar.

- Ein 24-Jähriger drohte einer Frau über die Dating-App Tinder, ein (nichtexistentes) Sexvideo von ihr zu veröffentlichen. Die Frau erstattete Anzeige; der 24-Jährige wurde wegen versuchter Nötigung zu neun Monaten Haft auf Bewährung verurteilt.<sup>47</sup>

44 Möseneder, Michael (2016): „Skinhead“-Reportage: FPÖ verliert gegen ORF-Redakteur, unter: <http://derstandard.at/2000035795508/Skinhead-Reportage-FPOe-verliert-gegen-ORF-Redakteur> (abgerufen am 06.08.2019)

45 Kammergericht Berlin (2016): Beschluss, unter: <http://blogs.taz.de/hausblog/files/2016/03/Kammergericht-Beschluss.pdf>, (abgerufen am 06.08.2019)

46 Hechler, Matthias (2016): Internet-Pranger: Bild-Zeitung unterliegt vor dem OLG München, unter: [https://www.anwalt.de/rechtstipps/internet-pranger-bild-zeitung-unterliegt-vor-dem-olg-muenchen\\_080002.html](https://www.anwalt.de/rechtstipps/internet-pranger-bild-zeitung-unterliegt-vor-dem-olg-muenchen_080002.html) (abgerufen am 06.08.2019)

47 Augsburgs Allgemeine (2016): Mann (24) erpresst Sex-Bekannte über Dating-App Tinder, unter: <http://www.augsburger-allgemeine.de/neu-ulm/Mann-24-erpresst-Sex-Bekannte-ueber-Dating-App-Tinder-id37584522.html> (abgerufen am 06.08.2019)

48 Peiner Allgemeine (2016): Peiner beleidigte und bedrohte Anwalt per E-Mail, unter: <http://www.paz-online.de/Peiner-Land/Stadt-Peine/Peiner-beleidigte-und-bedrohte-Anwalt-per-E-Mail> (abgerufen am 06.08.2019)

**(§ 241) Bedrohung.** Wer Menschen ernsthaft bedroht, macht sich strafbar. Auch im Internet.

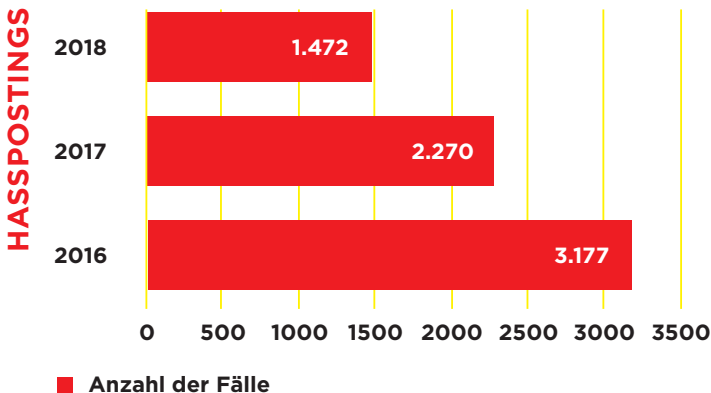
→ Beispiel: Ein 72-Jähriger drohte einem Anwalt in einer E-Mail mit „Biker-Beistand“. Das Gericht verhängte gegen den mitteillosen Mann eine Geldstrafe in Höhe von 100 Euro. <sup>48</sup>

**HASSREDE  
UND KRIMINAL-  
STATISTIK**

Wie oft werden diese Straftaten begangen? Das ist schwer zu beantworten. Die Polizeiliche Kriminalstatistik (PKS) listet nicht die tatsächlichen Straftaten auf, sondern lediglich die Anzeigen. Nur ein Teil der Anzeigen umfasst tatsächlich strafbares Verhalten, und noch weniger Taten werden zu einer rechtlichen Konsequenz führen. Zwar veröffentlichen manche Bundesländer die Anzahl der Ermittlungsverfahren, z.B. wegen Volksverhetzung. Dabei wird jedoch nicht immer unterschieden in on- und offline Welt. Leider gibt es auch keine bundesweite Verurteilungst Statistik, die die tatsächlichen geahndeten Straftaten systematisch erfasst.

Erst seit 2017 weist die PKS die Kategorie „Hasspostings“ aus, als Unterkategorie von „Hasskriminalität“ im Bereich der „politisch motivierten Straftaten“. Zuvor wurden die Anzeigen zum Straftatbestand „Volksverhetzung“ aus der Kategorie „Tatmittel Internet“ bezogen. Hasspostings werden hier verstanden als öffentliche Internetbeiträge „gegen eine Person/Gruppe wegen ihrer/ihrer zugeschriebenen oder tatsächlichen politischen Haltung, Einstellung und/oder Engagements, Nationalität, ethnischen Zugehörigkeit, Hautfarbe, Religionszugehörigkeit, Weltanschauung, sozialen Status, physischen und/oder psychischen Behinderung oder Beeinträchtigung, sexuellen Orientierung und/oder sexuellen Identität oder äußeren Erscheinungsbildes“. <sup>49</sup> Dass hier ein Rückgang zu verzeichnen ist, wird u. a. dem NetzDG zugeschrieben, welches zur Folge hat, dass Posts gelöscht werden, statt sie anzuzeigen und strafrechtlich zu verfolgen.

49 Bundesministerium des Inneren, für Bau und Heimat (2019): Politisch motivierte Kriminalität im Jahr 2018, unter: [https://www.bmi.bund.de/SharedDocs/downloads/DE/veroeffentlichungen/2019/pmk-2018.pdf?\\_\\_blob=publicationFile&v=3](https://www.bmi.bund.de/SharedDocs/downloads/DE/veroeffentlichungen/2019/pmk-2018.pdf?__blob=publicationFile&v=3) (abgerufen am 01.08.2019)



## DAS NETZWERK- DURCHSETZ- ZUNGSGESETZ (NETZDG)

Auf Grundlage eines Monitoring-Berichts von jugendschutz.net<sup>50</sup> stellte das Bundesministerium der Justiz und für Verbraucherschutz (BMJV) 2017 einen Gesetzentwurf zur Rechtsdurchsetzung in profitorientierten, sozialen Netzwerken vor. Das sogenannte Netzwerkdurchsetzungsgesetz, kurz NetzDG, ist seit 2018 wirksam. Unter anderem verpflichtet es die Betreiber gewinnorientierter sozialer Netzwerke mit mindestens zwei Millionen Mitgliedern dazu, „offensichtlich strafbare Inhalte“ innerhalb von 24 Stunden nach Eingang einer Beschwerde zu prüfen und jeden rechtswidrigen Inhalt zu entfernen. Sind Beiträge nicht eindeutig zu bewerten (z. B. Satire) müssen sie innerhalb von sieben Tagen eingeschätzt und ggf. gelöscht werden. Zudem müssen die Unternehmen eine\*n Zustellungsbevollmächtigte\*n benennen. Bei systematischen, wiederkehrenden Verstößen gegen diese Vorgaben drohen den Unternehmen Bußgelder bis zu fünf Millionen Euro.

Allerdings prüfen die Behörden laut Gesetz nicht selbst, wer unter das NetzDG fällt: Vielmehr sollen sich die Unternehmen melden. Sieben Unternehmen hatten 2018 eine\*n Zustellungsbevollmächtigte\*n ernannt: Facebook, YouTube, Twitter, Instagram, Google+, Pinterest und Soundcloud. Auffällig ist, dass Plattformen wie Discord<sup>51</sup> oder die Video-App TikTok bislang nicht erfasst werden – obwohl davon auszugehen ist, dass die Nutzer\*innen-Zahlen über zwei Millionen liegen.<sup>52</sup>

Kritiker\*innen des Gesetzes, darunter Reporter ohne Grenzen, der Deutsche Journalisten-Verband, aber auch wir von NO HATE SPEECH<sup>53</sup>, sehen es als problematisch an, dass nicht deutsche Gerichte, sondern oft Sachbearbeiter\*innen oder gar Algorithmen darüber entscheiden, ob gemeldete Inhalte „offensichtlich strafbar“ sind. In der Privatisierung der Rechtsprechung sehen wir auch eine potenzielle Gefahr für die Meinungsfreiheit: Das NetzDG kann zu Overblocking führen, also dem übermäßigen Löschen von Inhalten, die gar nicht strafbar sind. Zudem konkretisiert das Gesetz nicht, wie sich Nutzer\*innen gegen eine ungerechtfertigte Löschung ihrer Inhalte zur Wehr setzen können, geschweige denn wird kontrolliert, wie häufig es zu einer ungerechtfertigten Löschung kommt. Laut Plattform-Betreiber\*innen ist die Angst vor Overblocking unbegründet. Auch die Stiftung Neue Verantwortung entwarnt: Eine Einschränkung der Meinungsfreiheit habe bislang nicht stattgefunden.<sup>54</sup> Positiv hingegen bewerten wir, dass die Unternehmen Zustellungsbevollmächtigte für laufende Gerichtsverfahren benennen müssen. Auch die halbjährliche Veröffentlichung der Transparenzberichte zur Löschung von Beiträgen nach NetzDG befürworten wir grundsätzlich. Allerdings ist ein Vergleich zwischen

50 Bundesministerium für Justiz und Verbraucherschutz (2017): Löschung von strafbaren Hasskommentaren durch soziale Netzwerke weiterhin nicht ausreichend, unter: [https://www.bmjv.de/Shared-Docs/Pressemitteilungen/DE/2017/03142017\\_Monitoring\\_SozialeNetzwerke.html](https://www.bmjv.de/Shared-Docs/Pressemitteilungen/DE/2017/03142017_Monitoring_SozialeNetzwerke.html) (abgerufen am 06.08.2019)

51 Discord ist eigentlich als Netzwerk für Gamer\*innen gedacht, wird allerdings auch von vielen viele rechten Gruppen genutzt, u. a. Reconquista Germanica.

52 Netzpolitik.org (2019): Dritte Runde NetzDG: Doppelt so viele Meldungen auf Twitter, unter: <https://netzpolitik.org/2019/dritte-runde-netzdg-doppelt-so-viele-meldungen-auf-twitter/> (abgerufen am 06.08.2019)

53 Eine Stellungnahme von NO HATE SPEECH zum NetzDG findet sich unter: <https://no-hate-speech.de/fileadmin/img/Ci/NetzDG.pdf>

54 RP Online (2019): Wegen Hasskommentaren: Bislang 31 Bußgeldverfahren gegen soziale Netzwerke, unter: [https://rp-online.de/digitales/internet/hasskommentare-amt-verhaengt-31-bussgeldverfahren-gegen-soziale-netzwerke\\_aid-44817899](https://rp-online.de/digitales/internet/hasskommentare-amt-verhaengt-31-bussgeldverfahren-gegen-soziale-netzwerke_aid-44817899) (abgerufen am 07.08.2019)



den Plattformen schwierig, da die Transparenzberichte nicht nur in ihrem Umfang, sondern auch in ihrer Form variieren.<sup>55</sup> Auch die Anzahl der tatsächlichen Löschungen von Inhalten hat wenig Aussagekraft, zum einen „weil es keine auf Deutschland bezogenen Vergleichszahlen für die Zeit vor dem Inkrafttreten des NetzDG gibt“, so der Verein Digitale Gesellschaft.<sup>56</sup> Zum anderen, weil im Transparenzbericht nur die Anzahl der Löschungen nach NetzDG aufgelistet werden – wenn Hasspostings bereits nach den Community Standards des Netzwerks gelöscht wurden, werden sie nicht mitgezählt. Die Wirkung des NetzDGs auf Hassrede lässt sich also kaum verlässlich messen und ist sogar infrage zu stellen, da strafrechtlich relevante Inhalte unsichtbar gemacht werden, anstatt sie konsequent zu verfolgen.

Die Meldung nach NetzDG ist bei den verschiedenen Netzwerken unterschiedlich leicht zugänglich. Aus diesen Gründen hat das Bundesamt für Justiz (BfJ) bspw. Facebook einen Verstoß gegen die Transparenzpflichten vorgeworfen und ein Bußgeld von zwei Millionen Euro verhängt: Einerseits sei das Meldeformular der Plattform zu versteckt, andererseits führe der erste Transparenzbericht des Unternehmens nur einen Bruchteil der Beschwerden über strafrechtlich relevante Inhalte und die im Nachhinein ergriffenen Maßnahmen auf. Dadurch entstehe in der Öffentlichkeit ein verzerrtes Bild über das Ausmaß der rechtswidrigen Inhalte, so das Amt. Facebook legte Widerspruch gegen den Bußgeldbescheid ein.<sup>57</sup>

Nutzer\*innen können sich zudem an das BfJ wenden, sollten sie den Eindruck haben, dass die Netzwerke ihrer „Löschpflicht“ nicht nachkommen oder nicht schnell genug reagieren.<sup>58</sup> Das BfJ hat 31 Bußgeldverfahren eingeleitet, bislang ist aber nur der oben genannte Bußgeldbescheid an Facebook ergangen.

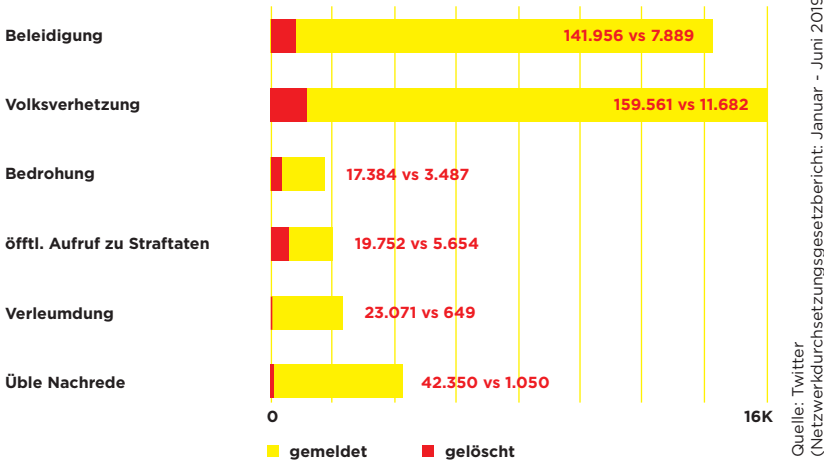
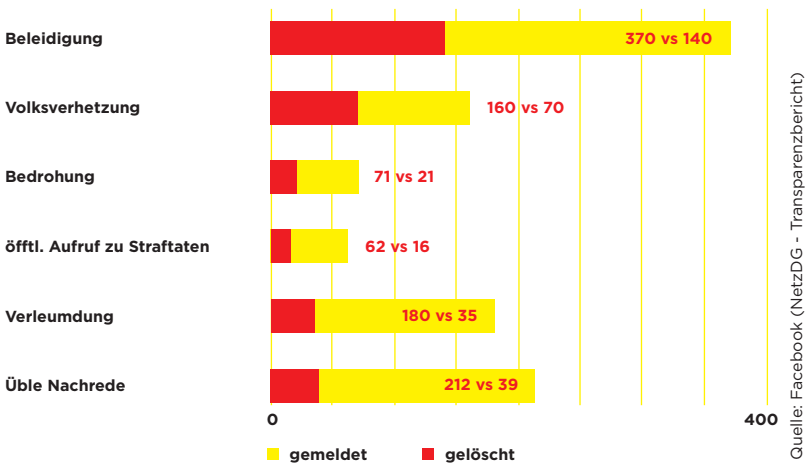
Das BMJV zeigt sich offen für Erörterungen zur Fortentwicklung des Gesetzes. Eigens dafür wurden sogenannte „Zukunftsdialoge“ mit zahlreichen Akteur\*innen initiiert: Dabei sollen weitere Strategien und Möglichkeiten des Engagements gegen Hate Speech zur Diskussion gestellt werden. Die Regierungsparteien wollen das NetzDG noch in dieser Legislaturperiode auf seine Wirksamkeit prüfen; einen konkreten Zeitplan dafür gibt es allerdings nicht.

55 Schwarz, Karolin (2018): Im Vergleich: Social Media-Plattformen veröffentlichen Transparenzberichte zu geblocktem Content, unter: <https://bruecken-technologie.org/2018/07/die-netzdg-transparenzberichte-im-vergleich/> (abgerufen am 06.08.2019)

56 Digitale Gesellschaft (2018): Das Netzwerkdurchsetzungsgesetz gefährdet die Meinungsfreiheit, unter: <https://digitalegesellschaft.de/2018/07/das-netzwerkdurchsetzungsgesetz-netzdg-gefaehrdet-die-meinungsfreiheit/> (abgerufen am 06.08.2019)

57 Zeit Online (2019): Hasskommentare: Deutsche Behörde verhängt Millionenstrafe gegen Facebook, unter: <https://www.zeit.de/digital/datenschutz/2019-07/facebook-hasskommentare-fake-news-millionens-trafe-bussgeld-netzdg> (abgerufen am 06.08.2019)

58 Baldauf, Johannes/ Ebner, Julia/ Guhl, Jaokob (Hrsg.) (2018): Hassrede und Radikalisierung im Netz – Der OCCI-Forschungsbericht, unter: <https://www.isdglobal.org/wp-content/uploads/2018/09/ISD-NetzDG-Report-German-FINAL-26.9.18.pdf> (abgerufen am 06.08.2019)

**TWITTER, ERSTES HALBJAHR 2019:****FACEBOOK, ERSTES HALBJAHR 2019:****POSTS MELDEN**

Die Betreiber sozialer Netzwerke müssen also auf mögliche rechtswidrige Posts aufmerksam gemacht und so in die Pflicht genommen werden, zu agieren. Es ist im Grunde unkompliziert, Inhalte auf Social-Media- oder Online-Plattformen zu melden, wenn man vermutet, dass sie gegen deren Regeln oder gegen deutsches Recht verstoßen. Seit 2018 ist der Meldeprozess aufgrund des NetzDGs allerdings etwas umfangreicher. Bei Facebook z. B. gibt es seit dem NetzDG zwei verschiedene Meldewege. Will man nach den Facebook-eigenen Community-

Standards Hasskommentare melden, wählt man zunächst „Kommentar verbergen“ und dann „melden“ aus. Will man Inhalte nach dem NetzDG melden, so muss man sich bis zu einem eigenständigen Formular durchklicken und dort die Links zu den Inhalten, die man melden möchte, eingeben. Den genauen Weg beschreiben wir auf unserem Helpdesk.<sup>59</sup> Nun muss man sich durch mehrere Schritte klicken, bis man die Inhalte melden kann (darunter die 21 Paragraphen des StGB, nach denen die Inhalte beurteilt werden).

Bei Twitter hingegen kann man einen Tweet explizit melden als „Fällt unter das Netzwerkdurchsetzungsgesetz“. Hier sollte man sich jedoch zuvor mit den Straftatbeständen auseinandergesetzt haben, denn wenn man diese Option wählt, erfolgt anschließend eine entsprechende Abfrage. Auch dieser Meldeprozess besteht also aus mehreren Schritten.

Bereits seit 2004 gibt es auf der Seite der EU-Initiative [klicksafe.de](https://klicksafe.de) eine Reihe von Internet-Beschwerdestellen, die tätig werden, sobald man das Formular ausgefüllt hat (z. B. Jugendschutz.net).<sup>60</sup> Seit 2017 können Beiträge auch bei der Meldestelle „respect!“ gemeldet werden. Sie prüft, ob Gesetze verletzt wurden. Wenn ja, meldet sie dem Plattformbetreiber Einträge, die den Tatbestand der Volksverhetzung, Beleidigung, üblen Nachrede oder Verleumdung erfüllen und fordert deren Löschung. „respect!“ zeigt Fälle von Volksverhetzung auch an und unterstützt Betroffene dabei, bei Beleidigung, übler Nachrede und Verleumdung selbst Anzeige zu erstatten. Zudem gibt sie Rückmeldung, was mit dem gemeldeten Beitrag weiter geschieht.<sup>61</sup> Seit 2019 gibt es die Meldeplattform bzw. App „Hass melden“ von Reconquista Internet.<sup>62</sup> Fachleute des Demokratiezentrum Baden-Württemberg prüfen diese Meldungen auf strafrechtliche Relevanz und bringen sie gegebenenfalls zur Anzeige.

59 <https://helpdesk.neuemedienmacher.de/#141>

60 Klicksafe.de: Internet-Beschwerdestellen, unter: <https://www.klicksafe.de/service/anlaufstellen/internet-beschwerdestellen/> (abgerufen am 08.08.2019)

61 Demokratiezentrum Baden-Württemberg: respect! – Meldestelle für Hetze im Netz, unter: <https://demokratiezentrum-bw.de/demokratiezentrum/vorfall-melden/#respect> (abgerufen am: 08.08.2019)

62 <https://hassmelden.de/>

## STRAFRECHTLICHE HANDLUNGSMÖGLICHKEITEN

Wenn man als Journalist\*in oder als Redaktion die Strafbarkeit eines Kommentars zu erkennen meint, kann man auch selbst Anzeige erstatten – entweder bei der Polizei oder bei der Staatsanwaltschaft des Bundeslandes, in dem man wohnt. Die Kontakte der Länder-Polizei-Behörden und Onlinewachen sind im Netz nach Bundesländern aufgelistet.<sup>63</sup> Eine Anzeige ist auch online möglich, allerdings nicht Thüringen.<sup>64</sup>

Für eine Anzeige ist es unabdingbar, Screenshots von den betreffenden Kommentaren anzulegen. Um Polizei und Staatsanwaltschaft die Arbeit zu erleichtern, sind unbedingt folgende Punkte zu beachten:

63 [https://www.bka.de/DE/KontaktAufnahmen/Onlinewachen/onlinewachen\\_node.html](https://www.bka.de/DE/KontaktAufnahmen/Onlinewachen/onlinewachen_node.html) (abgerufen am 08.08.2019)

64 <http://www.online-strafanzeige.de>

## ANLEITUNG FÜR DAS ERSTELLEN VON SCREENSHOTS

## 1.

**Kontext**

Auch die vergangenen Kommentare oder Bilder festhalten. Oft ergibt sich die Schwere einer Beleidigung erst aus dem Zusammenhang.

## 2.

**Datum & Uhrzeit**

des Hasskommentars dokumentieren. Dazu das Uhrzeitfenster neben dem Kommentar öffnen und erst dann den Screenshot machen.

## 3.

**User-ID**

festhalten. Dazu das Facebook, YouTube oder Twitter-Profil der\*s Verfasser\*in öffnen und die komplette URL-Adresse oben im Browser abfotografieren.

## 4.

**Nicht vergessen**

Bei jedem Screenshot das eigene Profil oben in der Ecke oder Freund\*innen in der Spalte am Rand verpixeln, damit später keine Rückschlüsse gezogen werden können, wer den Screenshot angefertigt hat. Denn auch Ihre Gegner\*innen können ggf. die Akten einsehen.

Wenn man sich für eine Strafanzeige entscheidet, empfehlen wir, diese direkt an die Staatsanwaltschaft zu senden, statt sie bei der Polizei zu stellen. Denn leider gibt es bei der Polizei oft noch kein ausreichendes Problembewusstsein für das Thema Hate Speech. Und noch etwas muss beachtet werden: Wenn man einen Post anzeigt, sollte man ihn nicht gleichzeitig dem Betreiber der Plattform melden, weil dieser ihn sonst gegebenenfalls entfernt. Polizei bzw. Staatsanwaltschaft müssen bzw. wollen sich aber meist selbst Beweise sichern. Im schlimmsten Fall wird einem unterstellt, man habe die Screenshots manipuliert.

Soweit es sich um ein Delikt gegen die persönliche Ehre handelt (Beleidigung, üble Nachrede, Verleumdung), ist neben der Strafanzeige auch ein Strafantrag der Betroffenen notwendig. Der Antrag muss schriftlich innerhalb von einer Frist von drei Monaten nach Kenntnis von der Tat (und Täter\*in) gestellt werden. Doch Achtung: Dieses Prozedere ist oft sehr langsam, da Polizei und Strafverfolgungsbehörden häufig personell überlastet und inhaltlich überfordert sind.

Nichtsdestotrotz kann dieser Weg auch zum Erfolg führen: Ein junger Mann, der einen Redakteur von ZEIT ONLINE auf Facebook massiv bedroht hatte, musste mehr als 4.200 Euro Strafe zahlen, plus Anwaltskosten.<sup>66</sup>

In jedem Fall sollte gut abgewogen werden, ob die Ressourcen vorhanden sind, diesen Weg zu gehen. Im Zweifel sollte anwaltliche Unterstützung hinzugezogen werden.

65 Gutjahr, Richard (2018): Das #NetzDG in der Praxis. Ein Erfahrungsbericht. Unter Beschuss, unter: <http://www.gutjahr.biz/2018/01/hatespeech/> (abgerufen am 08.08.2019)

66 Beuth, Patrick (2016): Opfer werden im Stich gelassen, unter: <http://www.zeit.de/digital/internet/2016-11/hatespeech-bedrohung-ueberforderte-straftverfolger-berlin> (abgerufen am 06.08.2019)

# LANDESANSTALT FÜR MEDIEN NRW: VERFOLGEN STATT NUR LÖSCHEN

## EINE NORDRHEIN-WESTFÄLISCHE INITIATIVE FÜR MEHR SELBST- BEWUSSTSEIN BEI DER RECHTS- DURCHSETZUNG IM NETZ

Die Werte unserer Gesellschaft sollten im Internet genauso bestehen wie außerhalb. Entsprechend gelten unsere Gesetze auch im Netz, das Internet ist kein rechtsfreier Raum. Allerdings ist Hassrede in den sozialen Netzwerken keine Seltenheit mehr, sondern vielmehr ein gesamtgesellschaftliches Problem, das von der Rechtsdurchsetzung häufig unberührt bleibt und die Meinungsvielfalt bedroht. Die Initiative „Verfolgen statt nur Löschen“ begegnet diesem Problem und vereint Vertreter\*innen der Medienaufsicht, Strafverfolgungsbehörden und Medienhäuser. Ziel ist es, eine Rechtsdurchsetzung im Internet zu erleichtern und so ein deutliches Zeichen gegen Recht- und Rücksichtslosigkeit im Netz zu setzen. Dazu kooperiert die Landesanstalt für Medien NRW mit der Zentral- und Ansprechstelle Cybercrime der Staatsanwaltschaft NRW (ZAC NRW), dem Landeskriminalamt NRW und zunächst den Medienhäusern Mediengruppe RTL Deutschland, der Rheinischen Post und dem Westdeutschen Rundfunk. Seit 2019 sind außerdem die Deutsche Welle, der Kölner Stadt-Anzeiger, der EXPRESS und der eco - Verband der deutschen Internetwirtschaft e.V. hinzugekommen. Wich-

tigster Schritt war zunächst, bestehende Verfahrensweisen bei der Anzeigenstellung zu hinterfragen und eine gemeinsame, sachdienliche Handlungsweise zu entwickeln.

## HERAUSFORDERUNG: HATE SPEECH ONLINE

Die Herausforderung im Umgang mit Hassrede im Internet besteht für die Medienhäuser darin, dass sie sich aufgrund der erhöhten Anzahl von Hasskommentaren und des Haftungsrisikos für Kommentare auf ihren Websites gezwungen sehen, unzulässige Kommentare ihrer Nutzer\*innen zu löschen. Alternativ können Redaktionen nur die Kommentarfunktion auf ihren Seiten abschalten – oder schlicht ganze Themenblöcke meiden. Indes werden rechtliche Schritte aufgrund des aufwändigen Vorgehens nur selten ergriffen. Die fehlende Sanktionierung einer strafbaren Äußerung führt jedoch dazu, dass sich ein eventuell bestehender Eindruck des\*r Verfassers\*in von „System- und Lügenpresse“ sogar weiter verstärkt. Hier greift der Ansatz von Verfolgen statt nur Löschen: Indem angezeigte Inhalte sorgfältig juristisch geprüft und Meinungsäußerungen von strafbaren Aussagen abgegrenzt werden, gewinnen nicht nur Unternehmen an Rechtssicherheit, sondern wird vor allem die Meinungsfreiheit und -vielfalt im Internet geschützt.

## VERFOLGEN STATT NUR LÖSCHEN

Das Bestreben der Initiative ist daher, den teilnehmenden Medienunternehmen klare Ansprechpartner\*innen und effiziente Verfahrensabläufe bei der Anzeigenerstellung zur Verfügung zu stellen: Der Prozess soll insgesamt vereinfacht werden. Neben einer Musteranzeige für die Medienhäuser bietet die Landesmedienanstalt NRW gemeinsam mit der ZAC NRW außerdem Rechtsschulungen in den kooperierenden Medienunternehmen an. Außerdem hat die Landesanstalt für Medien NRW ein Schulungskonzept entwickelt, das Redaktionen Unterstützung bei der Weiter- und Ausbildung ihrer Mitarbeiter\*innen in der erfolgreichen Moderation von Hasskommentaren im Netz bietet.<sup>68</sup> Mittelfristiges Ziel der Initiative ist es, durch die konsequente Sanktionierung von Rechtsverstößen eine präventive Wirkung zu erzielen. Um diesen Effekt zu verstärken, werden Präzedenzfälle und Verurteilungen außerdem öffentlichkeitswirksam begleitet.

Seitdem die Initiative 2018 in die opera-

tive Phase gestartet ist, hat sie rund 380 Fälle zur Anzeige gebracht. Die Mehrheit der Verstöße umfasst Online-Kommentare, die im Verdacht stehen, den Tatbestand der Volksverhetzung zu erfüllen. Rund 170 Ermittlungsverfahren wurden bereits eingeleitet und mittlerweile auch erste Verurteilungen erwirkt. Außerdem wurden zum zweiten Mal – im Zuge eines bundesweiten Aktionstags zur Bekämpfung von Hasskommentaren im Netz – Hausdurchsuchungen bei Tatverdächtigen in NRW durchgeführt.

Als erste Initiative dieser Art in Deutschland gilt es, die erarbeiteten Prozesse zu optimieren und die gewonnenen Erfahrungen mit anderen Medienhäusern und Medienaufsichten – national wie international – zu teilen. Bundesweit ist bereits zu erkennen, dass sich Medienhäuser, Strafverfolgung und Medienaufsicht zusammenschließen und gemeinsam gegen Hassrede im Netz vorgehen. Verfolgen statt nur Löschen ist dabei ein wirkungsvollerer Ansatz, auf destruktive und hetzerische Kommentare zu reagieren und Diskussionen im Netz wieder zu zivilisieren.

67 Landesanstalt für Medien NRW (2019): Hate Speech. Zentrale Untersuchungsergebnisse der aktuellen forsa-Studie 2019, unter: [https://www.medienanstalt-nrw.de/fileadmin/user\\_upload/lfm-nrw/Service/Pressemitteilungen/Dokumente/2019/forsa\\_LFMNRW\\_Hassrede2019\\_Ergebnispraesentation.pdf](https://www.medienanstalt-nrw.de/fileadmin/user_upload/lfm-nrw/Service/Pressemitteilungen/Dokumente/2019/forsa_LFMNRW_Hassrede2019_Ergebnispraesentation.pdf) (abgerufen 06.08.2019)

68 Landesanstalt für Medien NRW (2019): Hasskommentare moderieren lernen. Ein Schulungskonzept zum redaktionellen Umgang mit Hate Speech, unter: <https://www.medienanstalt-nrw.de/regulierung/internet/hassrede-im-netz/hasskommentare-moderieren-lernen.html> (abgerufen am 06.08.2019)

### VERHALTEN BEIM WAHRNEHMEN EINES HASSKOMMENTARS IM NETZ



**ZIVIL-  
RECHTLICHE  
HANDLUNGS-  
MÖGLICHKEITEN**

Konkrete, persönliche Beleidigungen oder Bedrohungen kann man auch über einen Anwalt bzw. eine Anwältin abmahnen, das geht meist schneller als ein Strafverfahren. Der\*die Betroffene hat dabei Anspruch auf die Löschung der Äußerung sowie auf Abgabe einer Unterlassungserklärung. Der\*die Schädiger\*in muss zudem Schadenersatz leisten, insbesondere die Anwaltskosten tragen und ggfs. auch ein Schmerzensgeld zahlen. Reagiert der Hater nicht auf die Abmahnung, kann diese im Wege der einstweiligen Verfügung oder in einem normalen Verfahren gerichtlich durchgesetzt werden.

Die zivilrechtlichen Ansprüche der Betroffenen gehen deutlich weiter als die Löschung durch den Seitenbetreiber oder das Strafverfahren. Allerdings müssen Betroffene regelmäßig finanziell in Vorleistung gehen, also Anwalts- und Gerichtskosten zunächst selbst tragen. Leider kommt es vor, dass diese Kosten dann von dem\*der Schädiger\*in nicht mehr eingetrieben werden können, z. B. wegen Zahlungsunfähigkeit. Journalist\*innen haben für entsprechende Verfahren häufig eine Rechtsschutzversicherung, z. B. über die Berufsverbände oder Gewerkschaften, die die Kosten oft vollständig tragen.

# HATEAID – WARUM WIR GEGEN HATER VOR GERICHT GEHEN



## **HATEAID<sup>69</sup> FINANZIERT PROZESSE GEGEN TÄTER\*INNEN UND STÄRKT DADURCH ANGEGRIFFENE – UND UNSERE DEMOKRATIE.**

Ein Post zu Frauenrechten. Schnell getippt in den sozialen Netzwerken. Was dann folgt, kann die Studentin kaum glauben: Hunderte Hassnachrichten innerhalb weniger Stunden. Ihr Gesicht montiert auf den Körper einer nackten Frau – daneben ihre Telefonnummer. Schließlich ihre Privatadresse veröffentlicht in den Sozialen Netzwerken. Ein typischer Verlauf koordinierter Attacken im Internet. Wochenlang wird die junge Frau brauchen, um die Spuren zu beseitigen und im Netz und in der analogen Welt wieder ein normales Leben zu führen. Und die Täter\*Innen? Haben sich schon auf ihr nächstes Opfer gestürzt. Jedes

Mal ein bisschen hemmungsloser. Denn Konsequenzen müssen sie nur selten fürchten. Nur wenige Betroffene zeigen an – vier Prozent waren es 2018 laut einer Studie des Instituts für Demokratie und Zivilgesellschaft im Bundesland Hessen,<sup>70</sup> laut einer forsa-Studie sogar nur ein Prozent in 2018 und 2019.<sup>71</sup> Und noch weniger ziehen vor Gericht. Die Gründe: Die Prozesse dauern zu lange, sind aufwändig und vor allem teuer.

Teuer? Leider ja. Der Großteil des Hasses im Netz besteht aus Beleidigungen, Bedrohungen oder Verleumdungen. Mit einer normalen Strafanzeige kommt man da nicht weit. Die wird oft abgelehnt: kein öffentliches Interesse, gedeckt von der Meinungsfreiheit, Tatbestand geringfügig. Wer sich wehren will, muss selber klagen. Und das geht nur zivilrechtlich. Für die Betroffenen bedeutet das konkrete Kos-



ten: Sie müssen eine\*n Anwält\*in bezahlen und die Gerichtskosten vorstrecken – ca. 2.000 Euro. Und sie tragen auch das Prozesskostenrisiko. Das bedeutet: Wenn sie verlieren, müssen sie auch die Anwaltskosten des/der Täter\*in tragen, also nochmal bis zu 2.000 Euro. Rund 4.000 Euro Risiko also, um gegen eine Hassäußerung vorzugehen. Bei der Studentin wären das zehntausende Euro, die sie vorstrecken müsste. Das kann sie sich nicht leisten. Und damit ist sie nicht allein. Spätestens an diesem Punkt sind ganz viele raus. Das will HateAid ändern. Wir finden, dass Konsequenzen für Gewalt im Internet nicht vom Einkommen derjenigen abhängig sind, die angegriffen werden. Gerade auch, weil diese Gewalt in vielen Fällen bereits marginalisierte und diskriminierte Bevölkerungsgruppen trifft. HateAid hilft Betroffenen deshalb genau da, wo es am nötigsten ist:

- HateAid finanziert eine\*n Anwält\*in und übernimmt das volle Prozesskostenrisiko, so dass Betroffene im Zivilprozess gegen Täter\*innen vorgehen können
- HateAid erstattet Strafanzeigen für Betroffene und hilft bei der Beweissicherung.
- HateAid unterstützt Angegriffene mit emotional-stabilisierenden Beratungsgesprächen, wenn gerade alles zu viel wird.
- HateAid zeigt Betroffenen, wie sie sich sicher im Netz bewegen und wie sie ihre Privatsphäre bestmöglich schützen.

Das Ganze funktioniert nur, weil alle solidarisch sind: Wenn HateAid einen Prozess gewinnt, spendet der/die Betroffene ihren Schadensersatz oder ihr Schmerzensgeld an HateAid zurück. So wird ermöglicht, für eine\*n weitere\*n Betroffenen die Prozesskosten zu finanzieren – alle helfen sich gegenseitig. Und tun dabei auch noch etwas Gutes für unsere Demokratie.

Denn solange Täter\*innen keine Konsequenzen für ihren Hass spüren, nehmen sie das Netz als rechtsfreien Raum wahr. Als Ort, wo die Gesetze, die im normalen Leben gelten, nicht gelten. Ihr Ton wird immer aggressiver, beleidigender, menschenverachtender. Und das verändert langfristig die Art, wie sich Menschen im Netz und somit auch in unserer Gesellschaft verhalten: Die Studentin postet nur noch selten und dann auf keinen Fall Politisches. So wie sie trauen sich viele User\*innen nicht mehr, ihre politische Meinung im Netz zu sagen aus Angst vor Hass und Hetze. Das will HateAid ändern und dabei alle Möglichkeiten des Rechtsstaates ausschöpfen. Um das Netz wieder zu einem Ort zu machen, an dem zwar in der Sache hart gestritten wird – aber wo Hass und Hetze keinen Platz haben.

69 <https://hateaid.org>; im Notfall: E-Mail: [beratung@hateaid.org](mailto:beratung@hateaid.org), Telefon: +49 172 4636998

70 Institut für Demokratie und Zivilgesellschaft (2018): #Hass im Netz: Der schleichende Angriff auf unsere Demokratie, unter: [https://blog.campact.de/wp-content/uploads/2018/1w0/Hass\\_im\\_Netz\\_Version\\_04.10.2018.pdf](https://blog.campact.de/wp-content/uploads/2018/1w0/Hass_im_Netz_Version_04.10.2018.pdf) (abgerufen am 06.08.2019)

71 Landesanstalt für Medien NRW (2019): Hate Speech. Zentrale Untersuchungsergebnisse der aktuellen forsa-Studie 2019, unter: [https://www.medienanstalt-nrw.de/fileadmin/user\\_upload/lfm-nrw/Service/Pressemitteilungen/Dokumente/2019/forsa\\_LFMNRW\\_Hassrede2019\\_Ergebnispraesentation.pdf](https://www.medienanstalt-nrw.de/fileadmin/user_upload/lfm-nrw/Service/Pressemitteilungen/Dokumente/2019/forsa_LFMNRW_Hassrede2019_Ergebnispraesentation.pdf) (abgerufen 08.08.2019)

## HASSREDE VERARBEITEN: UNTERSTÜTZUNG UND WEITERBILDUNG

Online-Attacken und Hass im Netz werden häufig als weniger wichtig abgetan – schließlich finde all das nicht in der „echten“ Welt statt, sondern „nur“ auf virtueller Ebene. Wer damit nicht umgehen könne, solle eben seine\*ihre Social-Media-Accounts löschen oder sich eine dickere Haut zulegen. Obwohl solche Aussagen in den vergangenen Jahren seltener geworden sind, wird Online Hate Speech nur langsam als ernstzunehmendes und gesamtgesellschaftliches Problem wahrgenommen. Dabei belegen zahlreiche Studien, aber auch Gespräche mit von Hate Speech Betroffenen das Gegenteil: Hassrede im Internet führt nicht nur zu einem Rückzug aus den sozialen Netzwerken, sondern kann bei Betroffenen Persönlichkeitsveränderungen und psychische Störungen hervorrufen.

Zwei Drittel derer, die schon persönlich mit Hasskommentaren im Netz angegriffen wurde, benannten laut IDZ-Studie 2019 negative Auswirkungen: Sie berichteten von psychischen Problemen oder emotionalem Stress wie Abgeschlagenheit und Lustlosigkeit (33 Prozent), Angst und Unruhe (27 Prozent) sowie Depressionen (19 Prozent). Nicht Wenige hatten zudem Probleme mit dem Selbstbild (24 Prozent) und – als Folge – Probleme mit und bei der Arbeit (15 Prozent).<sup>72</sup>

Die Psychologin Dorothee Scholz weist darauf hin, dass schwere Fälle von Hate Speech ähnliche emotionale Reaktionen auslösen können wie tatsächliche Vergewaltigungen oder Überfälle. Zudem zögern 30 Prozent der von Hate Speech Betroffenen, das Problem anzusprechen. Sie schämen sich, erwarten keine Unterstützung durch Dritte und befürchten einen Statusverlust oder auch berufliche Nachteile.<sup>73</sup> Als Folge der anhaltenden Konfrontation mit Hate Speech ziehen sich derart Diskriminierte aus den digitalen Kommunikationsräumen zurück. Um dies zu vermeiden (und so die Meinungsvielfalt zu schützen) sollte betroffenen Medienschaffenden unterstützend eine psychologische Beratung zur Seite gestellt werden.

Tatsächlich ist die psychische Belastung derjenigen, die tagtäglich aufgrund ihrer Artikel und Beiträge mit Hasskommentaren konfrontiert werden, sowie derjenigen, deren Berufsprofil darin besteht, Hasskommentare zu sichten und zu moderieren, enorm. Deshalb wird uns die Frage, was man gegen Abstumpfung, Burn-out, Überforderung, Panik und das Gefühl von Hoffnungslosigkeit tun kann, besonders häufig gestellt.

Natürlich helfen hier auch die ab Seite 14 beschriebenen Maß-

72 Institut für Demokratie und Zivilgesellschaft (2019): #Hass im Netz: Der schleichende Angriff auf unsere Demokratie. Eine bundesweite repräsentative Untersuchung, unter: [https://www.idz-jena.de/fileadmin/user\\_upload/Bericht\\_Hass\\_im\\_Netz.pdf](https://www.idz-jena.de/fileadmin/user_upload/Bericht_Hass_im_Netz.pdf) (abgerufen am 01.08.2019)

73 Dorothee Scholz (2018): Hate Speech und toxisches Feedback - Zusammenfassung, unter: <http://fobi.jugendinfo.de/toleranz/admin/attachviewer.php?typ=Thema&dateiorig=Handout-Zusammenfassung.pdf&dateiverzeichnis=359024&dateiname=2b19d666a2c-02da346cb48d50b00d300> (abgerufen am 08.08.2019)

nahmen: Bitten Sie, wenn es Ihnen zu viel wird, eine\*n Kolleg\*in zu übernehmen, und tauschen Sie sich mit anderen Betroffenen aus. Sprechen Sie mit Ihrer Familie, Ihren Freund\*innen, kurz: Ihrem sozialen Netzwerk über Ihre Erfahrungen. Gegebenenfalls können diese die Betreuung Ihrer privaten Accounts übernehmen. Psychologin Scholz rät in diesem Zusammenhang zu klassischer Selbstfürsorge und radikaler Akzeptanz, um das Erlebte verarbeiten und sich mit neuer Energie Hasskommentaren entgegenstellen zu können. Unsere Gespräche mit von Hate Speech Betroffenen haben gezeigt, dass das Gefühl der Isolation und des Alleinseins mit am bedrückendsten ist – dies gilt es unbedingt zu vermeiden: Sie müssen und sollten nicht alleine mit dem Hass im Netz umgehen.



**LOVE YOURSELF  
LOVE OTHERS**

# DART CENTER FOR JOURNALISM AND TRAUMA : WIDERSTAND DURCH SELBSTFÜRSORGE



*„CARING FOR MYSELF IS NOT SELF-INDULGENT. IT IS SELF-PRESERVATION AND THAT IS AN ACT OF POLITICAL RESISTANCE.“*

**AUDRE LORDE**

Das Dart Center for Journalism and Trauma ist ein Projekt der Columbia Journalism School. Es setzt sich für mehr Verständnis und ein tieferes Bewusstsein für die Auswirkungen von Trauma unter Medienschaffenden und in den Medien ein und begegnet dem Thema Hass im Netz mit einem Appell an Journalist\*innen zur Selbstfürsorge. Denn im schlimmsten Fall

führen Hassrede und virtuelle Einschüchterungsversuche zur Selbstzensur – dann haben Hater und Trolle ihr Ziel erreicht. Dem kann man aber professionell vorbeugen und gegenhalten.

Eine der wichtigsten Erkenntnisse für betroffene Journalist\*innen ist, dass das physische Alarmsystem genauso stark und auf dieselbe Art und Weise reagiert, wenn man ein traumatisches Erlebnis hautnah erfährt oder es „sekundär“ erlebt. Das heißt, ob man Gefahr und Aggression offline erlebt oder immer wieder online durch Tweets und Posts angegriffen wird, macht für die psychi-

sche Gesundheit keinen Unterschied – die sekundäre Traumatisierung, auch „vicarious trauma“ genannt, hat dieselben Auswirkungen auf die Betroffenen wie eine Traumatisierung aus erster Hand.

Die emotionale Belastung, die durch Hassrede und Online-Belästigung entsteht, wirkt wie Gift: Die Dosis ist entscheidend. Je mehr man verletzenden Kommentaren und aggressiver Verleumdung ausgesetzt ist, desto größer ist der Schaden am emotionalen Wohlbefinden. Deshalb will das Dart Center Journalist\*innen dazu ermutigen, Selbstfürsorge als alltäglichen Teil Ihrer Arbeit anzusehen. Sie putzen sich täglich die Zähne, warum kann man dann nicht auch die psychische Hygiene in den Alltag einfließen lassen? Sie werden einen gesunden Geist schließlich genauso lange brauchen wie Ihr Gebiss.

In den folgenden Tipps geht es darum, Resilienzkraft zu stärken – Widerstandskräfte, die in herausfordernden Situationen aktiviert werden können. Keine\*r von Ihnen ist mit diesen Kräften geboren, es ist eine Eigenschaft, die Sie trainieren können wie einen Muskel.

## EINE ANLEITUNG ZUM WIDERSTAND DURCH SELBSTFÜRSORGE

### Begrenze den Einfluss der Hater

Menschen neigen dazu, negativen Gedanken und Gefühlen mehr Aufmerksamkeit zu schenken als positiven. Das kann zu einer Abwärtsspirale des Gemütszustands führen. Begrenzen Sie also die Zeit, die Sie online mit negativen Inhalten verbringen:

- Halten Sie sich jeden Tag Zeit frei, in der Sie nicht online sind und keine sozialen Medien konsumieren. Manchen hilft es auch, ihren Bildschirm oder ihr Smartphone auf schwarzweiß zu stellen, denn Farben aktivieren emotionale Regungen schneller.

- Regulieren Sie Ihre Einstellungen für die Benachrichtigungen Ihrer Profile.
- Informieren Sie sich über die Möglichkeiten, gewisse User\*innen zu blocken oder anzuzeigen. Manchmal reicht es auch aus, diese User\*innen auf „stumm“ zu schalten.

### Bereiten Sie sich vor

Setzen Sie sich dem Hass nicht unvorbereitet aus. Bevor Sie Ihren Laptop aufklappen oder Ihr Smartphone rausholen, entscheiden Sie sich bewusst dafür, mit welcher Einstellung Sie die Hassrede lesen werden. In der Psychologie nennt man diesen Ansatz „ressourcenorientiert handeln und denken“. Als Journalist\*in kann es Teil Ihrer Aufgabe und Verantwortung sein, die Reaktionen und Inhalte in sozialen Medien zu lesen und einzuordnen. Bevor Sie sich also an diese Aufgabe setzen, erinnern Sie sich an eine berufliche Erfahrung, in der Sie ein gutes, sinnvolles Gefühl hatten, denken Sie an Ihre Grundsätze, die Sie in Ihrer Arbeit leiten. Diese simple Übung wirkt wie ein großer Schirm, den Sie im Regen aufspannen, um nicht nass zu werden. Ähnlich wie in Achtsamkeits- und Atemübungen lenken Sie Ihre Gedanken auf das Hier und Jetzt und machen sich bewusst, was Sie gerade tun und warum. Diese Methode stärkt Ihre Abwehr, weil Sie nicht so schnell in ein Gefühl der physischen Alarmbereitschaft geraten, wenn Ihnen Hass und Aggression im Netz begegnen.

### Sie sollten wissen, womit Sie es zu tun haben

Irgendwo an Ihrem Computer oder an Ihrer Bürowand könnte ein Post-It kleben, auf dem steht: „Trolle und Hater sind nicht meine Leser\*innen/ Zuschauer\*innen/ Zuhörer\*innen.“ Vor allem, wenn es organisierte Shitstorms sind, die Journalist\*innen angreifen, gerät schnell in

Vergessenheit, dass es sich bei den Verfasser\*innen von Hasskommentaren nicht um Ihr Publikum und auch nicht um die Mehrheit der Gesellschaft handelt.

Es gibt Visualisierungstechniken, die Ihnen helfen können, die Angreifer\*innen und die Gefahr, die von ihnen ausgeht, besser einzuordnen:

- Stellen Sie sich die Hater als jemand vor (reale oder fiktive Person), die sich lächerlich macht, weil sie versucht, stärker zu wirken als sie eigentlich ist. Sie können kreativ werden, versuchen Sie es mit Humor – solange es Ihnen hilft, ist es richtig.
- Wenn Sie mit einer Vielzahl an Hasskommentaren umgehen müssen, kann es helfen, sich davon zu distanzieren, indem Sie die Tweets und Posts in Kategorien einordnen, z. B. auf einer Skala von 1 bis 10 oder mit einem Farbbarometer von Pastell bis grell.
- Fühlen Sie mit. Es mag sich intuitiv falsch anfühlen, kann aber eine extrem wirksame Übung sein, wenn man Mitgefühl für die Angreifer\*innen entwickelt. Es geht dabei nicht darum,

die Taten zu entschuldigen oder zu relativieren, im Gegenteil: Es geht darum, sich ein Bild der Angreifer\*innen zu machen, welches es uns erlaubt, zu verstehen, dass diese anonyme Angreifer\*innen auch Menschen sind. Sie entwaffnen das Gegenüber, indem Sie Mitgefühl praktizieren.

### **Aktivieren Sie Ihr soziales Netzwerk**

Es ist bewiesen, dass man sich besser von traumatischen Erlebnissen erholt, wenn man ein starkes soziales Netzwerk hat. Unterstützung von Freund\*innen, Familienmitgliedern oder Kolleg\*innen ist die wichtigste Säule für eine ausgeprägte Resilienz. Viele Kolleg\*innen fühlen sich persönlich betroffen und wissen nicht, dass es anderen Medienschaffenden genauso geht wie ihnen, denn Hater versuchen gezielt, einzelne Journalist\*innen zu isolieren bspw. durch das Veröffentlichens privater Informationen (Doxxing). Sie können diese Taktiken entlarven, indem Sie sich mit Ihren Kolleg\*innen dazu austauschen und somit zugleich das Thema der emotionalen Belastung enttabuisieren.<sup>74</sup>

<sup>74</sup> Auf der Website des Dart Centers findet man weitere Ressourcen und Tipp-Sheets zu diesem Thema ([www.dartcenter.org](http://www.dartcenter.org)). Sie können sich auch direkt an die Programm-Managerin Jeanny Gering wenden ([jeanny.gering@dartcentre.org](mailto:jeanny.gering@dartcentre.org)).

**Weitere Tipps und Hintergrundinformationen zum Umgang mit Hate Speech im Allgemeinen und für Medienschaffende im Besonderen finden Sie auf unserem Helpdesk ([www.neuemedienmacher.de/helpdesk](http://www.neuemedienmacher.de/helpdesk)). Gerne schicken wir Ihnen und Ihrer Redaktion auch diesen Leitfaden kostenlos zu. Zudem bieten wir regelmäßig Fortbildungen für Redakteur\*innen an. Haben wir selbst mal keine Zeit, können wir auf unseren Train-the-Trainer-Pool zurückgreifen: Hier sind Journalist\*innen vertreten, die von uns in diesem Themenfeld geschult wurden und lokal gut erreichbar sind. Wenn Sie Interesse an einem Workshop haben, schreiben Sie uns:**

**[info@no-hate-speech.de](mailto:info@no-hate-speech.de)**

## ZUM WEITERLESEN

**Baldauf, Johannes/ Ebner, Julia/ Guhl, Jaokob (Hrsg.) (2018):** Hassrede und Radikalisierung im Netz - Der OCCI-Forschungsbericht, unter: <https://www.isdglobal.org/wp-content/uploads/2018/09/ISD-NetzDG-Report-German-FINAL-26.9.18.pdf>

**Bommarius, Christian (2019):** Die neue Zensur. Wie wir selbst unsere Meinungsfreiheit bedrohen. Berlin: Dudenverlag.

**Düsseldorf Institute für Internet and Democracy (2019):** Aufräumen im Trollhaus. Zum Einfluss von Community-Managern und Aktionsgruppen in Kommentarspalten, unter: [https://diid.hhu.de/wp-content/uploads/2019/04/DIID-Precis\\_Ziegele\\_V3.pdf](https://diid.hhu.de/wp-content/uploads/2019/04/DIID-Precis_Ziegele_V3.pdf)

**Ebner, Julia (2018):** Wut. Darmstadt: Theiss Verlag.

**Institut für Demokratie und Zivilgesellschaft (2019):** #Hass im Netz: Der schleichende Angriff auf unsere Demokratie. Eine bundesweite repräsentative Untersuchung, unter: [https://www.idz-jena.de/fileadmin/user\\_upload/Bericht\\_Hass\\_im\\_Netz.pdf](https://www.idz-jena.de/fileadmin/user_upload/Bericht_Hass_im_Netz.pdf)

**Institut für interdisziplinäre Konflikt- und Gewaltforschung (2017):** „Publizieren wird zur Mutprobe“, unter: <https://mediendienst-integration.de/fileadmin/Dateien/Studie-hatespeech.pdf>

**Jugendschutz.net (2017):** Lagebericht Rechtsextremismus im Netz, unter: [http://www.jugendschutz.net/fileadmin/download/pdf/Lagebericht\\_2017\\_Rechtsextremismus\\_im\\_Netz.pdf](http://www.jugendschutz.net/fileadmin/download/pdf/Lagebericht_2017_Rechtsextremismus_im_Netz.pdf)

**Kaspar, Kai/ Gräßer, Lars/ Riffi, Aycha (Hrsg.) (2017):** Online Hate Speech - Perspektiven auf eine neue Form des Hasses, Band 4 der Schriftenreihe zur Digitalen Gesellschaft NRW, unter: [https://www.grimme-institut.de/fileadmin/Grimme\\_Nutzer\\_Dateien/Akademie/Dokumente/SR-DG-NRW\\_04-Online-Hate-Speech.pdf](https://www.grimme-institut.de/fileadmin/Grimme_Nutzer_Dateien/Akademie/Dokumente/SR-DG-NRW_04-Online-Hate-Speech.pdf)

**Kreißel, Philip/ Ebner, Julia/ Urban, Alexander/ Guhl, Jakob (2018):** Hass auf Knopfdruck - Rechtsextreme Trollfabriken und das Ökosystem koordinierter Hasskampagnen im Netz, unter: [https://www.isdglobal.org/wp-content/uploads/2018/07/ISD\\_Ich\\_Bin\\_Hier\\_2.pdf](https://www.isdglobal.org/wp-content/uploads/2018/07/ISD_Ich_Bin_Hier_2.pdf)

**Landesanstalt für Medien NRW (2019):** Hate Speech und Diskussionsbeteiligung im Internet. Zentrale Untersuchungsergebnisse der Hate Speech-Sonderstudie, unter: [https://www.medienanstalt-nrw.de/fileadmin/user\\_upload/lfm-nrw/Service/Veranstaltungen\\_und\\_Preise/Ergebnisbericht\\_Hate\\_Speech\\_Sonderstudie\\_LFMNRW.pdf](https://www.medienanstalt-nrw.de/fileadmin/user_upload/lfm-nrw/Service/Veranstaltungen_und_Preise/Ergebnisbericht_Hate_Speech_Sonderstudie_LFMNRW.pdf)

**Landesanstalt für Medien NRW (2019):** Hasskommentare moderieren lernen. Ein Schulungskonzept zum redaktionellen Umgang mit Hate Speech, unter: <https://www.medienanstalt-nrw.de/regulierung/internet/hassrede-im-netz/hasskommentare-moderieren-lernen.html>

**Landesanstalt für Medien NRW (2018):** Hasskommentare im Netz. Steuerungsstrategien für Redaktionen, unter: <https://www.medienanstalt-nrw.de/regulierung/internet/hassrede-im-netz/leitfaden-fuer-redaktionen-zum-umgang-mit-hassrede.html>

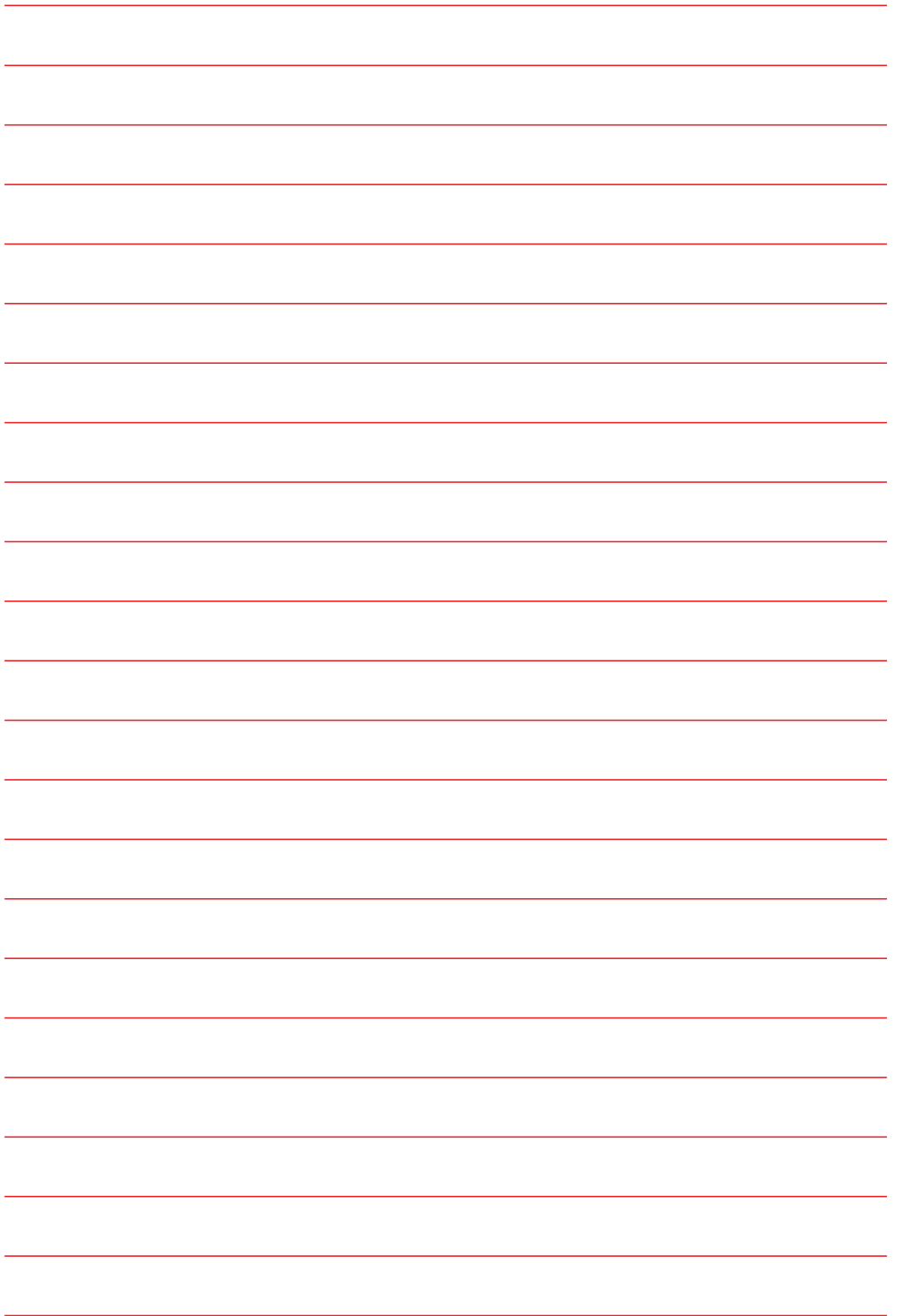
**Neue deutsche Medienmacher\*innen (2019):** Glossar der Neuen deutschen Medienmacher. Formulierungshilfen für die Berichterstattung im Einwanderungsland, 8. Aufl., unter: [http://www.neuemedienmacher.de/Glossar\\_Webversion.pdf](http://www.neuemedienmacher.de/Glossar_Webversion.pdf)

**Stefanowitsch, Anatol (2018):** Eine Frage der Moral. Warum wir politisch korrekte Sprache brauchen. Berlin: Dudenverlag.











Gefördert vom



Bundesministerium  
für Familie, Senioren, Frauen  
und Jugend

im Rahmen des Bundesprogramms

Demokratie *leben!*



facebook Deutschland