



# „Wir haben ja jetzt einen sicheren Hafen“

## Dein Team gegen Gewalt im Netz stärken

**Projektergebnisse „Empower Communities“:** Ein Projekt für Teams zivilgesellschaftlicher Organisationen und ihre Online-Communities zur Entwicklung von Schutzkonzepten gegen digitalisierte Gewalt, Hetze und Diskriminierung

### Workbook Teil 5: Community Management und Moderation

Redaktion



Trägerschaft



gefördert durch



# Aufbau des Workbooks:

**Damit Du das Workbook möglichst gut benutzen kannst, hier ein paar Erläuterungen zur Orientierung.**

- ➔ **Das Workbook besteht aus insgesamt 7 Dateien.**
- ➔ Die erste Datei (Intro) ist eine Einführung in das Projekt und zum Hintergrund, wie das Workbook entstanden ist.
- ➔ Danach folgen 5 Workbook-Teile, von denen die ersten 3 sich an die kompletten Teams und Organisationen richten, und die letzten 2 vor allem an Social Media und Community Manager\*innen.
- ➔ Die letzte Datei ist ein Glossar, das Du beim Lesen jeder der Datei parallel öffnen kannst, um Fachbegriffe nachzuschlagen.

**Du bist hier:**  
➔ **Workbook Teil 5**

## **Workbook Teil 5: Community Management und Moderation**

Du bist im Social Media und Community Management tätig? Du bist überfordert oder fühlst Dich in der Moderation nicht gut ausgebildet? Du bist in Leitungsverantwortung für ein Social Media Team oder möchtest das Thema Community Management in Deiner Organisation stärken?

In der Social Media - Moderation gibt es unterschiedliche Strategien zum Umgang mit Gewalt, Hetze und Diskriminierung. In diesem Teil des Workbooks wollen wir verschiedene Strategien, sowie ihre jeweiligen Vorteile und Nachteile und Kontexte vorstellen. Die eine, einzig gute Strategie gegen digitalisierte Gewalt gibt es leider nicht. Aber einen ganzen Blumenstrauß an Strategien, anhand derer auch Du Dich besser wappnen und vorbereiten kannst.

**Alle Teile des Workbooks findest Du zum Download unter:**

**<https://netzhorizonte.de/workbook/>**

# Aufbau des Workbooks:



## Intro: „Empower Communities“ Projekt:

Das Intro richtet sich an alle Interessierten, die mehr über unser Projekt wissen möchten. Und es erklärt, warum wir glauben, dass zivilgesellschaftliche Organisationen ein zentraler Schlüssel zum Schutz vor digitalisierter Gewalt sind.

- ➔ Eine Beschreibung des „Empower Communities“-Projekts und wie wir diese Inhalte erarbeitet haben.
- ➔ Eine Beschreibung unseres Verständnisses von digitalisierter Zivilcourage, das über Gegenrede in den Kommentarspalten hinausgeht.
- ➔ Warum wir glauben, dass zivilgesellschaftliche Organisationen sich zum Schutz vor digitalisierter Gewalt engagieren sollten.

## Workbook Teil 1: Digitalisierte Gewalt und Schutzkonzepte

Die Inhalte in diesem Teil des Workbooks richten sich an gesamte Teams in Organisationen: Leitungskräfte, Social-Media-Teams und andere Kolleg\*innen. Diese Inhalte sind nicht oder nur bedingt umsetzbar ohne die verantwortliche Leitungsebene.

- ➔ Grundwissen zu digitalisierter Gewalt.
- ➔ Wissen, Ideen und Anregungen zu Schutzkonzepten und Awareness, die für das gesamte Team der Organisation relevant sind.

## Workbook Teil 2: Bausteine gegen digitalisierte Gewalt

Das Kapitel ist vor allem interessant für Leitungskräfte, Ehrenamtskoordinator\*innen und für Social-Media-Teams. In diesem Teil geht es um Arbeitsprozesse, die sich über verschiedene Abteilungen der Organisation hinweg erstrecken und in der Leitungsentscheidungen relevant sind. Das heißt, die Inhalte sind nicht oder nur bedingt umsetzbar ohne die Leitungsebene. Außerdem findest Du in diesem Kapitel praktische Guidelines und hilfreiche Infos zu digitalem Ehrenamt.

- ➔ Anregungen für die Strukturierung von Arbeitsprozessen rund um digitalisierte Gewalt: z.B. Rollen und Aufgaben im Social Media Management.
- ➔ Anregungen für digitales Ehrenamt.
- ➔ Informationen und Praxis-Tipps zu digitaler Sicherheit, Krisenkommunikation und Shitstorm-Prävention.
- ➔ Anregungen für die Netzwerkarbeit.

## Workbook Teil 3: Community Management in zivilgesellschaftlichen Organisationen

Community Management wird allgemein vor allem als ein Teil der Social Media Arbeit betrachtet. Die Inhalte in diesem Teil des Workbooks sind jedoch nicht nur für Social-Media-Teams interessant und relevant, sondern für Alle, die mit Kolleg\*innen aus dem Social-Media-Bereich zusammenarbeiten, die sich mit Netzwerkarbeit befassen, und/oder die Mitarbeitende oder Ehrenamtliche koordinieren. Die Inhalte sind nur bedingt allein durch Social Media Teams umsetzbar.

- ➔ Beschreibungen der Berufsrolle „Community Management“.
- ➔ Anregungen zum Sinn von Community Management und Anregungen zum Gestalten von lebendigen (Online) Communities.

# Aufbau des Workbooks:



## Workbook Teil 4: Content Creation und strategische Kommunikation

Die Inhalte dieses Kapitels sind vor allem für Mitarbeitende aus Öffentlichkeitsarbeit und Social Media Management relevant. Sie können aber auch für Kolleg\*innen interessant sein, insbesondere in Bezug auf strategische Kommunikationsentscheidungen der Organisation.

- ➔ Anregungen für die strategische Kommunikation mit Social Media.
- ➔ Anregungen für Community-orientierte Content Creation, insbesondere Tipps für aktivierendes Posting.
- ➔ Anregungen zum proaktiven Kommunizieren und Agenda Setting: wie könnt ihr Eure demokratiestärkenden Inhalte lauter und effektiver werden lassen?
- ➔ Tipps für diskriminierungssensibles und barrierefreies Posten.

## Workbook Teil 5: Community Management und Moderation

Du bist hier

Die Inhalte dieses Kapitels sind vor allem für Mitarbeitende dem Social Media Management und Community Management relevant. Sie können aber auch für Kolleg\*innen interessant sein, insbesondere in Bezug auf strategische Kommunikationsentscheidungen und Personalplanung.

- ➔ Tipps für Selfcare im Community Management.
- ➔ Anregungen für bestärkende Moderation und Community Management als Bildungsarbeit für eine bessere Netzkultur.
- ➔ Strategien zum Umgang mit problematischen Kommentaren und störenden Nutzer\*innen.
- ➔ Arbeitsvorlagen für Moderationsguidelines und Netiquetten.
- ➔ Tipps zum Thema Counter Speech und digitale Zivilcourage.

## Glossar

Diese Hilfestellung ist relevant für Alle Lesenden des Workbook. Sie soll Dich dabei unterstützen, Fachbegriffe im Workbook besser zu verstehen. Wir empfehlen, das Workbook beim Lesen der anderen Kapitel in einem zweiten Tab zu öffnen, um Wörter schnell nachschlagen zu können.

- ➔ Die wichtigsten Begriffe rund um Social Media und Community Management.
- ➔ Fachbegriffe rund um digitalisierte Gewalt, Hetze und Diskriminierung.

## Im Outro jeder der Dateien findest Du außerdem:

- ➔ Eine Liste mit **Meldestellen** für Kommentare, Postings und andere Vorfälle.
- ➔ Eine Liste mit **Beratungsmöglichkeiten** zu verschiedenen Themen.
- ➔ Fortbildungsmöglichkeiten und Ressourcen zum Weiterlesen.

Alle Teile des Workbooks findest Du zum Download unter:

<https://netzhorizonte.de/workbook/>

# Aufbau des Workbooks:



**Für einen erleichterten Überblick haben wir die Inhalte für Dich in folgende Kategorien sortiert:**

## Über das Projekt



Hier findest Du Informationen zu uns und zum Projekt.

## Stimmen aus dem Projekt



Hier teilen wir reale Herausforderungen, vor denen Teilnehmende und Mitarbeitende des Projekts standen, und von ihnen gefundene Lösungsansätze. Wir haben Teilnehmende anonymisiert und ihre Aussagen inhaltlich möglichst realistisch zusammengefasst und für bessere Verständlichkeit redaktionell überarbeitet.

## Wissen



Hier teilen wir Fachwissen aus unserer Perspektive in der Bildungsarbeit zu digitalisierter Gewalt.

## Anregungen für die Praxis



Hier teilen wir Arbeitsergebnisse und Anregungen aus dem Projekt in strukturierter, aufbereiteter Form.

## Workbook Content



Hier teilen wir praktische Übungen und Arbeitsvorlagen.

## Gastbeiträge



Einige Teilnehmende des Projekts, freiberufliche Mitarbeitende und Expert\*innen haben für die Publikation Gastbeiträge verfasst. Diese findet ihr markiert mit dem Gastbeitrag Symbol.



# Inhaltsverzeichnis

## Teil 5: Community Management und Moderation:

- 1. Emotionaler Umgang mit Gewalt im Netz..... 14**
  - 1.1. Stimmen aus dem Projekt: *„Emotionale Betroffenheit kann lähmend sein“*..... 15
  - 1.2. Tipps für Self Care und Team Care..... 17
  - 1.3. Stimmen aus dem Projekt: *„Sich selbst zu schützen heißt, die Person zu schützen, die alles abkriegt.“*..... 23
  
- 2. Community Management als Bildung zur Netzkultur..... 31**
  - 2.1. Stimmen aus dem Projekt: *„Online ist alles aufgebauscht“*..... 32
  - 2.2. Community Management als Bildungsarbeit zur Netzkultur..... 34
  - 2.3. Bestärkende Moderation – mit Workbook Content..... 52
  - 2.4. Stimmen aus dem Projekt: *„Die Leute haben uns ja lieb, sie können es nur nicht in Worte fassen.“*..... 59



**3. Awareness für die Community..... 65**

3.1. Stimmen aus dem Projekt: *„Per Chat ist schon echt herausfordernd.“..... 66*

3.2. Awareness in der Community vorleben..... 68

3.3. Betroffene unterstützen..... 74

3.4. Bildungsarbeit zu Diskriminierung in der Community..... 76

3.5. Stimmen aus dem Projekt: *„Nur in Absprache mit der betroffenen Person“ ..... 87*

3.6. Stimmen aus dem Projekt: *„Dann muss man aufpassen, dass man nicht in eine Verteidigungshaltung kommt“ ..... 92*

3.7. Umgang mit Kritik an eigenem, diskriminierendem Fehlverhalten ..... 94

3.8. Beschwerdemanagement in der Online Community..... 97

3.9. Stimmen aus dem Projekt: *„Hier haben wir etwas nicht gewusst. Hurra, eine Chance zu lernen!“..... 102*

**4. Moderationsguides und Netiquette..... 105**

4.1. Stimmen aus dem Projekt: *„Oft sind das wiederkehrende Themen“..... 106*

4.2. Workbook Content: Moderationsleitfäden erstellen..... 107

4.3. Netiquette; mit Workbook Content: Textbausteine..... 125

4.4. Stimmen aus dem Projekt: *„Das ist es tausendmal wert, auch wenn es anfangs Zeit kostet“ ..... 141*



# Inhaltsverzeichnis

**5. Verbergen, melden, blocken..... 147**

5.1. Stimmen aus dem Projekt: „*Wir sollen nichts zensieren*“ ..... 148

5.2. Rechtliche Rahmenbedingungen..... 149

5.3. Kommentare melden und anzeigen ..... 152

5.4. Rechtssichere Screenshots..... 159

5.5. Verbergen und Blocken: Umgang mit störenden Nutzer\*innen ..... 161

5.6. Stimmen aus dem Projekt: „*Wir machen halt von unserem Hausrecht Gebrauch*“ ..... 166

**6. Counter Speech bei grenzwertigen Kommentaren..... 169**

6.1. Stimmen aus dem Projekt: „*Wann antworte ich, wann nicht?*“ ..... 170

6.2. Counter Speech: Basis-Wissen und Hintergründe.....172

6.3. Fallstricke von Counter Speech; Strategie: Ignorieren..... 185

6.4. Wann Countern - wann nicht? ..... 191

6.5. Call out? Oder Call In? ..... 196

6.6. Geschickt countern: Rhetorik contra Hate Speech (Gastbeitrag von Fluky) ..... 211

6.7. Fact Checking (Faktencheck) ..... 218





6.8. Checkliste Counter Speech: Gegenrede – Dos und Don’ts..... 224

6.9. Counter Speech - Antwortvorlagen 226  
erstellen..... 230

6.10 Counter Speech effektiv organisieren..... 238

6.11. Stimmen aus dem Projekt: *„Gegenrede heißt, irgendwie laut werden mit den eigenen Positionen“* ..... 244

**7. Zivilcourage Strategien für die Community..... 245**

7.1. Stimmen aus dem Projekt: *„Man kann nicht wahllos irgendwelche Leute einbinden“* ..... 247

... 255

7.2. Zivilcourage Strategien für Deine Community ..... 255

7.3. Stimmen aus dem Projekt: *„Auf Nachfrage brachte sich die Community mehr ein“* ..... 255



**Outro:**..... 257

A) Fortbildungsmöglichkeiten und Ressourcen zum Weiterlesen..... 258

B) Meldestellen .....263

C) Beratungsstellen..... 266

Editorial:

Hier findest Du unsere Kontakte..... 272

### Content Note

In diesem Workbook geht es um digitalisierte Gewalt.

Wir haben uns bemüht, möglichst wenige gewaltvolle Kommentare und Postings zu reproduzieren.

Achte dennoch gut auf Dich. Die Auseinandersetzung mit diesem Thema kann emotional belastend sein. Insbesondere für Menschen, die selbst bereits Gewalt, Diskriminierung und Hetze erlebt haben oder regelmäßig davon betroffen sind.

Gib gegebenenfalls jemandem Bescheid, dass Du Dich mit dieser Publikation beschäftigst.

Beachte auch unsere Tipps zu **emotionaler erster Hilfe** in Workbook Teil 1 (Schutzkonzepte) Kapitel 3.7., sowie zu **Self Care** in Workbook Teil 5 (Moderation) in Kapitel 1.2.

Am Ende jeder Datei findest du außerdem eine **Liste mit Beratungsstellen**.

### Feedback Adresse

Gewalt und Diskriminierung sind komplexe Themen. Auch wir sind dabei nicht frei von Fehlern.

Wenn Dir etwas auffällt, was nicht richtig oder diskriminierend ist, oder eine Formulierung, die Menschen verletzt, kannst Du uns eine Mail schreiben an:

**[publikation\\_empc@netzhorizonte.de](mailto:publikation_empc@netzhorizonte.de)**



## Stimmen aus dem Projekt



**@Mariana** (sie/ihr)

...

Wir haben jetzt regelmäßige Social-Media-Treffen mit dem Team. Wir haben Leitfäden geschrieben und Verantwortlichkeiten geklärt. Die Struktur hilft uns total, uns sicherer zu fühlen. Social Media fühlt sich nun nicht mehr so willkürlich und unkontrollierbar an. Wir trauen uns mehr zu: Auch mal selbst was zu dem Rassismus zu posten, den wir erleben. Wir haben ja jetzt im Team einen sicheren Hafen, von dem aus wir das machen können.



**Die Stimmen aus dem Projekt stammen aus Interviews mit Social Media und Community Manager\*innen. Es handelt sich um echte Beispiele und Aussagen echter Personen aus der Praxis des Projekts.**

**Die teilnehmenden Personen wurden anonymisiert und mehrere Personen jeweils zu erfundenen Protagonist\*innen zusammengefasst. Die Aussagen wurden redaktionell überarbeitet, um sie in eine schriftlich gut verständliche und lesbare Form zu bringen.**

# Community Management und Moderation

Praktische Ansätze für die Moderation  
Deiner Online Community

# 1.

# Emotionaler Umgang mit Gewalt im Netz



## „Emotionale Betroffenheit kann lähmend sein“



@Sofia (sie/ihr)

...

Uns fehlt die Selbstsicherheit im Umgang mit Hass im Netz. Wir sind nicht sicher, ob wir rassistische und diskriminierende Handlungsmuster eigentlich immer gut erkennen. Und wir fragen uns, wie wir diesen aktiv gut entgegentreten können. Wir würden uns gerne Handlungsstrategien erarbeiten, wie wir mit unterschiedlichen Arten von Störungen und Angriffen gut umgehen können.



@Verena (sie/ihr)

...

Ich finde das oft schwierig. Meine Aufgabe ist ja, die Organisation nach außen zu vertreten. Es geht ja nicht um meine persönliche Meinung. Ich muss auch mal Artikel teilen, die ich nicht vertretbar finde. Und muss irgendwie hinbekommen, eine Brücke zu schlagen zwischen der Zielgruppe nach außen und den Menschen in der Organisation. Aber ich finde das dann schwierig, von der Organisation damit gefühlt alleine gelassen zu werden. Das, was wir da machen in den sozialen Netzwerken, das ist so vielfältig. Aber leider nicht so anerkannt. Bildungsarbeit ist in sozialen Netzwerken nicht so anerkannt, wie wenn wir dasselbe analog machen würden. Wir machen da auch sehr viel emotionale Arbeit. Dabei hat die Organisation vielleicht eher so ein klassisches Bild, dass wir da nur Öffentlichkeitsarbeit machen. Bei Social Media Management denkt man vor allem an Content kreieren. Aber was da wirklich alles passiert, wird gar nicht gesehen. Und wir werden alleine gelassen, auch mit persönlichen Angriffen gegen uns. Da gibt es von der Organisation keine Aufmerksamkeit und wenig Unterstützung. Wir bräuchten bei dieser Art von Arbeit, denke ich, wirklich ein offenes Ohr. Und am besten auch regelmäßige Supervision.



**@Anissa** (sie/ihr)

...

In unserer Organisation gibt es sehr motivierte, leidenschaftliche Menschen, die dazu neigen, viel zu diskutieren und sehr engagiert zu sein. Es werden zu schnell zu viele Aufgaben angenommen. Grenzen zu setzen ist eine Herausforderung. Privat und beruflich sind manchmal auch nicht so klar abgegrenzt. Ich checke die Kanäle ja auch von meinem privaten Handy und da gucke ich auch am Wochenende mal drauf. Und wenn ich sehe, dass da inakzeptable Kommentare sind, das macht mir schon auch Druck. Wie lange kann ich den Post unmoderiert lassen oder eskaliert das vielleicht und am Montag habe ich dann den Salat? Man kann da gefühlt nicht einfach eine Nacht drüber schlafen. Manchmal muss man auf sowas schnell reagieren, um zu verhindern, dass es da über Nacht ausgewachsene Konflikte auf dem Kanal gibt. Wir haben das nicht gut geregelt. Also wir haben keinen Wochenendplan oder so etwas wie eine Rufbereitschaft bei einem Shitstorm. Ich denke mal, das hat etwas mit dem unklaren professionellen Rollenverständnis zu tun, dass es dann schwerfällt, sich da abzugrenzen. Und auch mit den Socials selbst. Also, dass die ja auch darauf ausgelegt sind, dass man ständig nachschauen will, was passiert. Und dass die schon auch abhängig machen.

**@Zeynep** (sie/ihr)

...

Wenn rassistische Kommentare kommen, dann nehmen das viele im Verband persönlich und fühlen sich auch persönlich gekränkt. Das hat mit der persönlichen Betroffenheit von Rassismus und mit den individuellen Erfahrungen zu tun. Und das macht es wirklich schwer, professionell und abgegrenzt zu reagieren. Diese Kommentare können sehr unangenehme Gefühle auslösen und sehr belastend sein. Und emotionale Betroffenheit kann lähmend sein. Die Frage ist, wie gelingt uns als Verband dann ein professioneller Umgang mit dem Thema? Wir würden uns wünschen, uns sicherer zu fühlen im Umgang mit Hass im Netz. Und entspannter auf Kommentare zu reagieren.







## 1.2. Tipps für Self Care und Team Care

Wenn gewaltvolle oder hetzerische Kommentare auf dem eigenen Kanal auftauchen, lässt das die meisten Menschen nicht einfach kalt. Gerade wenn Kommentare persönlich beleidigend werden, oder diskriminierende Aussagen enthalten, die eine Person selbst betreffen, kann diese vielleicht nur schwer einen emotionalen Abstand dazu zu bekommen.

Als Community Manager\*in ist es aber nunmal genau die eigentliche Aufgabe, solche Kommentare zu moderieren und gegebenenfalls zu entfernen, um andere User\*innen und die Gesellschaft als Ganzes davor zu beschützen. Eine Konfrontation mit diesen Themen ist also unvermeidbar. Dafür sollte man sich emotional wappnen und sich Strategien für Resilienz zulegen. Sowohl für sich selbst als auch im Social Media Team miteinander. Was können Community Manager\*innen tun, um mit emotional anstrengenden Kommentaren selbstfürsorglich umzugehen?

Zunächst einmal ist es wichtig zu wissen, wie man tendenziell auf derartige Kommentare reagiert. Grundlegend ist wichtig zu verstehen, dass unser Gehirn darauf gepolt ist, bei potenziellen Bedrohungen innerhalb von Mikrosekunden mit einer schnellen Schutzreaktion zu reagieren: mit Fight (Kampf), Flight (Flucht), Freeze (Totstellen) und/oder Fawn (dem Aggressor gefallen). Dabei reagieren unterschiedliche Menschen nicht gleich. Es gibt individuelle Reaktionsmuster. Manche Menschen tendieren mehr zu der einen oder der anderen Reaktion.

Es kann sinnvoll sein, sich zu fragen, wie man selbst in stressigen oder bedrohlichen Momenten intuitiv reagiert: Mit Verteidigung und Gegenangriff? Mit Rückzug? Mit ohnmächtigem Einfrieren und Hilflosigkeit? Mit dem Versuch, das Gegenüber zu besänftigen? All diese Impulse können im Community Management als Reaktion auf überfordernde Kommentare auftreten. Das ist erst-mal völlig normal und natürlich. Doch wenn



man sich diesen Mechanismus und der eigenen Tendenzen nicht bewusst ist, können sie einer professionellen Reaktion auf Kommentare in die Quere kommen. Denn eine Reaktion auf Kommentare aus diesen ersten Impulsen heraus ist selten vernünftig. Weder ist es sinnvoll, aus einem Verteidigungsmodus heraus (Fight) die eigene Zeit an einen Troll zu verschwenden, der provozieren möchte. Noch ist es empfehlenswert, sich bei ihm einzuschleimen (Fawn) oder gar nichts zu tun (Flight und Freeze).

Was für ein Typ bist Du? Wie reagierst Du? Es ist wichtig, sich darin zu schulen, diese Reaktionsmuster im eigenen Berufsalltag zu erkennen. Und sich Strategien zurecht zu legen, wie man mit eigenen Emotionen und Reaktionsmustern gut umgehen kann. Gerade als Berufseinsteiger\*in im Community Management sollte man sich erlauben, diese emotionale Arbeit zu machen - was auch als Arbeitszeit anzuerkennen ist. Wenn gewaltvolle Kommentare kommen, ist wichtig, sich zu fragen: "Wie geht es mir damit? Brauche ich etwas? Was hilft mir, mich zu distanzieren und einen strukturierten, professionellen Umgang damit zu finden?".

Manchen Menschen hilft es, sich dazu ein paar Notizen zu machen und die Gefühle aufzuschreiben. Es ist dabei reine Übungssache: Je häufiger Du übst, nicht aus dem ersten Impuls heraus auf Kommentare zu reagieren, desto leichter fällt es Dir mit der Zeit.

Bevor Du in die Kommentarspalten gehst: Bereite Dich mental darauf vor, was dort kommen könnte. Und setze Dich Gewalt und Hetze nicht unvorbereitet aus. Entscheide Dich ganz bewusst dafür, mit welcher Einstellung Du die Kommentarspalte lesen wirst, wenn Du Deine Social Media Accounts öffnest. Nimm Dir bewusst einen Moment Zeit, gezielt und bewusst in die Haltung Deiner beruflichen Rolle hineinzugehen. Eventuell hilft es Dir, eine Rüstung zu visualisieren, die Du Dir dabei anziehst. Oder wenn Du ein Symbol findest, das dem „Rüstung anziehen“ entspricht: Dir eine bestimmte Jacke überziehen, Dir einen Pin anstecken, oder ähnliches. Was auch immer Dir dabei hilft, diesen Moment des Haltung-Einnehmens wirklich bewusst wahrzunehmen und in Deine tägliche Routine zu integrieren.



Was kann Dir helfen, aus dem Fight-/Flight-/Freeze- oder Fawn-Modus herauszufinden? Menschen haben sehr unterschiedliche Methoden, mit Stress gut umzugehen. Und Du weißt sicherlich am besten, wie Du das machst. Wichtig ist, sich einmal einen Moment Zeit zu nehmen und bewusst zu überlegen: Was würde ich tun, wenn eine Situation in Social Media mich emotional erwischt und aus der Bahn wirft?

Falls Du dazu keine Idee hast oder neue Strategien finden möchtest, findest Du im Folgenden ein paar Tipps, was Menschen helfen kann, aus Emotionen und Stress-Reaktionsmustern herauszufinden.

Bei Stressreaktionen handelt es sich um Reaktionen des vegetativen Nervensystems. Dieses hat unter anderem Einfluss auf Puls, Atmung, Blutdruck, Körpertemperatur, Organe (z.B. Verdauung), Ausschüttung von Hormonen und mehr.

In anderen Worten: Stressreaktionen sind sehr körperlich. Aus diesem Grund kann es helfen, bei Kommentaren, die starke emotionale Reaktionen auslösen oder Dich überfordern, Deinen Körper in den Blick zu nehmen.

Was könnte Deinem Körper guttun und Dich aus dem Zustand herausholen? Mach' Dir einen Tee. Hol' Dir eine Wärmflasche. Rieche an etwas, was intensiv und gut riecht (z.B. ätherische Öle). Iss etwas, was intensiv schmeckt (starke Pfefferminz-Drops, Ingwer, Chili, ...). Benutze Igelbälle oder Akupressur-Ringe.

Diese Dinge als Teil des Social Media Teams im Büro zu haben, ist überhaupt kein Grund, sich zu schämen. Deine Arbeit ist, mit der Gewalt anderer Leute umzugehen – und das darf emotional etwas mit Dir machen! Du darfst Arbeitsschutz dabei ernst nehmen und auf Dich achten!

Dazu gehört auch, eine Pause zu machen und eine Runde vor die Tür zu gehen, wenn es nicht anders geht. Sich bewegen, spazieren gehen, laufen, sich ausschütteln, tanzen und ähnliches kann helfen, Stress zu verarbeiten und loszulassen.

All das sind wichtige Maßnahmen der Burn-Out-Prävention. Und Dein\*e Arbeitgeber\*in hat ja auch nichts davon, wenn Du ausbrennst und ersetzt werden musst.



Um Deinen Körper besser wahrzunehmen und zu entspannen, kannst Du auch Körperübungen machen.

Wenn Du bereits traumatische Erfahrungen in Deinem Leben gemacht hast, funktionieren einige bekannte Methoden für Dich eventuell nicht so gut (z.B. Body-Scan-Techniken). Achte in dem Fall darauf, dass Du Dich beim Hineinfühlen in Deinen Körper nicht auf die negativen Gefühle oder Schmerzen fokussierst. Gerade bei Menschen mit traumatischen Vorerfahrungen kann das sonst die Überforderung mit der Situation noch steigern.

Konzentriere Dich stattdessen auf das, was Dir an Deinem Körper und in Deiner Umgebung Halt gibt. Stell Deine Füße auf den Boden und spüre, dass er Dich trägt. Massiere Deine eigenen Hände, Deinen Nacken oder Dein Gesicht. Und konzentriere Dich bewusst darauf, wie Du Dir etwas Gutes tust.

Vielleicht tut es Dir gut zu gähnen, zu seufzen, Dich selbst zu schaukeln, auszuklopfen oder auszuschütteln. Oder Deine Muskeln fest anzuspannen und wieder loszulassen.

Wenn Du tief durchatmest, dann fokussiere Dich dabei nicht auf den Atem selbst – das

ist für viele Menschen mit traumatischen Vorerfahrungen angstausslösend – sondern achte auf die Bewegungen, die Dein Körper beim Atmen macht. Wie sich zum Beispiel der Bauch hebt und senkt (Es sei denn, Du weißt aus Erfahrung, dass Dir klassische Atem-Meditations-Techniken gut tun, bei denen Du dich auf den Atem selbst konzentrierst).

Neben dem Wissen um Self-Care-Techniken, mit denen man sich selbst etwas Gutes tun kann, ist es auch wichtig, Prävention zu betreiben. Und dafür auch das Team um Hilfe zu bitten.

Es sollte in diesem Arbeitsbereich ein klares Bekenntnis des Teams und der Vorgesetzten geben, dass psychische Gesundheit der Mitarbeitenden das wichtigste und schützenswerteste Gut ist.

Gerade in zivilgesellschaftlichen Organisationen geht es viel um Engagement, und dieses ist natürlich wichtig. Auf das eigene Wohlbefinden zu achten ist dabei aber umso wichtiger. Gerade in Selbstorganisationen von migrantischen, BIPOC, behinderten oder queeren Menschen sollte eine hohe Priorität darauf liegen, die häufig hohe emotio-



nale Belastung der Menschen im Social Media Team zu beachten und sie zu schützen und zu unterstützen.

Daher ist eine Arbeitssituation wichtig, die es ermöglicht, emotionale und physische Distanz einzunehmen. Das heißt, die Kanäle – wenn möglich – nicht über private Accounts und private Geräte zu betreuen. Das bedeutet de facto, am Feierabend und am Wochenende und sogar im Urlaub mit der Arbeit konfrontiert zu sein.

Es muss feste Zeiten für die Betreuung der Accounts der Organisation geben. Am Wochenende können Bereitschaftsdienste für Notfälle eingeteilt beziehungsweise die Kommentarspalten vorübergehend dicht gemacht werden.

Wenn Du privat denselben Kanälen folgst, denen Du auch auf der Arbeit folgst, kann das die Abgrenzung zu Deiner Arbeit erschweren. Es kann hilfreich sein, Dir privat eher Wohlfühl-Accounts zuzulegen. Auf denen folgst Du nicht den Themen Deiner Organisation, sondern abonnierst bewusst andere Arten von Accounts, die Dich interessieren und Dir ein Wohlfühl geben: Zum Beispiel Cat Content, Kunst, Musik, Na-

turvideos, Heimwerken-Tutorials oder Sport – je nach deinen Interessen. Wenn möglich, umgebe Dich mit anderen Filterblasen und halte Dich in anderen Bubbles auf, als auf der Arbeit.

Zum Arbeitsschutz in diesem Bereich gehört auch, das Thema Sucht ernst zu nehmen. Social-Media-Algorithmen funktionieren gezielt so, dass sie das Belohnungssystem aktivieren und Dopamin ausschütten. Wenn Du den ganzen Tag in sozialen Netzwerken unterwegs bist, kann es Dir deshalb leicht passieren, dass Du auch in Deiner Freizeit den Drang verspürst, Social Media Apps zu öffnen. Um zu gucken, ob jemand Dich geliked oder geteilt hat – für einen kleinen Dopamin-Kick. Es ist sehr wichtig, Social-Media-Pausen zu machen und dafür zu sorgen, dass Du Dich auch auf andere Weise belohnen kannst und nicht von Social-Media-„Belohnungen“ abhängig wirst.

Setze Dir klare Zeiten, an denen Du Social Media nicht benutzt und etwas anderes tust. Etwas, das Dir guttut und bei dem Du Freude und Erfolgserlebnisse hast.

Wenn das Thema Social Media und Self Care in Deinem Team zu wenig Beachtung



findet: Nimm Deinen Mut zusammen und sprich es an. Es ist wichtig, über Erfahrungen sprechen zu können: mit Kolleg\*innen, Freund\*innen und Verbündeten.

In Fällen, in denen Dir eine Entscheidung in der Moderation nicht leicht fällt. Dann ist es wichtig, eine kurze Rücksprache mit Kolleg\*innen im Team treffen zu können oder ein Feedback zu erhalten: Was machen wir? Kolleg\*innen sollten auch darauf vorbereitet sein, dass sie angesprochen werden könnten. Verantwortlichkeiten und Ansprechbarkeiten sollten geklärt sein. Auch Vertretungen und neue Mitarbeitende sollten über Ansprechbarkeiten informiert werden.

Möglicherweise gibt es in Deiner Organisation die Möglichkeit psychologischer Unterstützung für Mitarbeitende, aber zu wenig Bewusstsein dafür, dass das auf Deiner Stelle relevant ist. In größeren Organisationen kann es sinnvoll sein, sich dafür einzusetzen, eine interne Stelle für psychologische Unterstützung oder eine Awareness-Instanz aufzubauen.

Sollte die Schaffung einer organisations-eigenen Stelle nicht möglich sein, kannst Du Dich auch an externe Beratungsstellen wenden. Im Outro dieser Publikation findest Du eine Liste mit Anlaufstellen.

**Hier findest Du Artikel zu Selbstfürsorge und Resilienz im Community Management**

<https://der-socialmediamanager.de/selbstfursorge-achtsamkeit-community-management/>

<https://www.das-nettz.de/zeig-mir-den-schluessel-zur-bewaeltigung-von-hass-eine-psychologische-perspektive>

**Siehe auch**  
**Workbook Teil 1 (Schutzkonzepte):**  
**→ Kapitel 3: Awareness**

**Siehe auch**  
**Outro: Beratungsstellen Liste Seite 266**



## „Self Care ist wichtig“



@Iulia (sie/ihr)

...

Uns hat die Auseinandersetzung auch echt bestärkt, wie viel eigentlich auch schon vorher intuitiv voll gut gelaufen ist. Das ist voll die schöne Erkenntnis, die wir mitgenommen haben. Dass man da ruhig ein bisschen selbstbewusster sein kann. Dass wir auch schon vorher oft echt gut reagiert haben auf Situationen. Und man das dann auch noch weiter verbessern kann, aber dass man ja schon auch eine gute Grundlage hat. Eigentlich kann man in diesem Social Media Process sich selber die ganze Zeit auf die Schulter klopfen!



@Mariana (sie/ihr)

...

Das Team hat sich im letzten Jahr deutlich verbessert und ist noch stärker geworden als es vorher schon der Fall war. Unser Team ist reifer geworden. Und das haben die Leute auch von außen mitbekommen, die auf Social Media unterwegs sind und mit denen wir kommunizieren. Dass wir innen reifer geworden sind und uns in unserer Außenkommunikation viel mehr positionieren. Ein gutes Team ist alles. Und ein funktionierendes Team ist auch gute Prävention. Sicherheit im Team braucht als Basis gegenseitiges Vertrauen und gegenseitige Wertschätzung. Man sollte viel miteinander reden. Nicht nur über Problemfälle, sondern auch über schöne Dinge. Sich auch digitale Streicheleinheiten zusenden - GIFs und so - wenn Hass kommt. Dafür haben wir jetzt so Care-WhatsApp-Gruppen. Oder sich das im Büro schönmachen. Ein großes Kuscheltier anschaffen. Last verteilen und gemeinsam Lösungen finden, wie man damit umgeht. Das man die Bereitschaft hat, auch für andere mal was zu übernehmen. Und es tut auch gut, wenn man sich das Feedback von Kolleg\*innen aus anderen Bereichen einholt: Räume dafür zu schaffen, mal zu erfahren, was man eigentlich alles geschafft hat. Das vergisst man im Alltag oft. Und es tut so gut, mal von einer anderen Position zu hören, dass man etwas Tolles geschafft hat.



**@Anna** (sie/ihr)

...

Auf den Kanälen ist chronisch schlechte Laune. Da gibt es viele Leute, die ihren Frust abladen. Das ist oft keine gezielte Hetze, das ist vor allem Frust und schlechte Laune. Und das kann uns als Community Manager tatsächlich runterziehen. Ich hab' früher vor unserem Zusammentreffen immer gedacht: ‚Na jetzt stell dich nicht so an. Das gehört halt dazu.‘ Aber ich glaube, uns allen ist bewusster geworden, dass wir auch mal sagen können: ‚Nein, das ist nicht normal und ich brauche jetzt meine Auszeit.‘ Weil, auch wenn du weißt, es ist nicht an Dich persönlich gerichtet, treffen tut es dich trotzdem. Man muss da Wege finden, sich zu distanzieren und nicht von fünf blöden Kommentaren den Tag versauen lassen. Sich sagen: ‚Ich kann nicht persönlich gemeint sein, die Person kennt mich nicht. Das ist kein Angriff gegen mich, das ist irgendwas. Vielleicht ist das nicht mal ein Mensch, sondern ein Bot.‘ Einen Blick für die Belastung entwickeln: Was macht das mit uns? Wir haben uns zu oft gesagt: ‚Naja, der Kommentar ist ja nicht ganz so schlimm.‘ Aber jetzt setzen wir eher harte Kante. Wo ist die Grenze und wo gehts nicht weiter? Zum Beispiel kommentierte jemand mein Aussehen und am Anfang haben wir das stehen lassen. Es hat erstmal nichts mit dem Thema zu tun, und war jetzt auch nicht ganz schlimm. Aber wir haben gesagt: Nee. Wer hier das Aussehen kommentiert, das ist ja keine berechtigte Kritik oder so. Mir kann auch nicht irgendein Mensch auf Facebook schreiben, dass ich meine Religion nicht richtig verstanden hätte oder so. Früher habe ich sowas stehen lassen und gedacht: ‚Naja, wenn er meint.‘ Aber ganz ehrlich: ‚Nee, welches Recht hat dieser Mensch, mir das zu sagen?‘ Null Toleranz ist nicht unempathisch. Sich selbst zu schützen heißt, die Person zu schützen, die alles abkriegt. Und nur wenn ich emotional bei mir bin und Kraft habe, kann ich auch Andere schützen.





**@Florian** (er/ihm)

...

Community Management muss auch positive Seiten haben. Es ist noch zu wenig Verständnis dafür da, dass die aber auch Zeit kosten. Wir lassen zu wenig von unseren anderen Aufgaben sein, um ins Positive reinzuinvestieren. Und on top schafft man es halt kaum. Das ist ein wichtiges Learning: sich was Gutes zu tun. Auch und gerade weil es kriselt und so viel ansteht. Wenn man das schafft, sich vorzunehmen: 1/2 Std soll es jeden Tag um etwas Schönes gehen. Positives bestärken und schöne Interaktionen schaffen. Ja das klingt erstmal viel, wenn man das zusätzlich versucht zu schaffen. Aber man muss es einfach echt priorisieren. Davon lebt das. Und das schützt uns auch. Also ich kann den Kolleg\*innen nur sagen: Passt gut auf Euch auf.

**@Karo** (sie/ihr)

...

Wenn du als Verantwortliche für die Kommentare Dienst hast, meinst du ganz oft irgendwie, du musst immer auf alles reagieren, mit allem schnell umgehen. Und ne, das stimmt nicht. Wir müssen nicht auf alles reagieren und müssen nicht mit allem umgehen. Social Media ist kein wilder Westen. Es geht nicht darum, wer schießt schneller zurück? Lieber nicht sofort dagegen schießen. Steh auf, hol die nen Kaffee, geh ne Runde ums Haus. Such dir Unterstützung, sprich mit jemandem. Dann reagiere erst. Kopf einschalten, bevor man selbst emotional zurück schießt. Und wenn klar ist: 'Das müsste jetzt mehr betreut werden, aber niemand von uns kann das machen'; es ist völlig ok, die Kommentarfunktion auf dem Kanal auszustellen. Und der Community zu sagen: 'Liebe Community, wir sind ab dann und dann wieder da, und dann sagen wir auch nochmal was dazu.'



**@Janne** (sie/ihr)

...

Self Care und mentale Gesundheit gehen immer vor. Wenn ich merke, das ist jetzt zu viel, dann verberge ich den Kommentar lieber und steck da nicht meine Energie rein. Wenn ich merke, das wird mir zu viel, dann müssen wir uns im Team besprechen. Wir haben so eine Social Media Battery aufgehängt: wie ein Fieberthermometer, das von Grün auf Gelb auf Rot geht und das anzeigt. Es ist wichtig, ein Gefühl dafür zu bekommen: Wieviel Energie verwende ich wirklich auf was?

**@Dana** (sie/ihr)

...

Community Management ist ein ernst zu nehmendes Thema. Das ist wichtige Arbeit, die wir machen. Und die werden wir nicht mehr belächeln lassen. Als Community Managerin sollte man Selbstbewusstsein gegenüber dem Vorstand entwickeln, die eigenen Anliegen als Social Media Team zu vertreten. Der Fisch stinkt vom Kopf her. Deshalb macht immer wieder darauf aufmerksam, was euer Job ist, wie herausfordernd er ist, was er an Wissen und Zeit erfordert. Wir können nicht alles leisten. Und das geht nicht spurlos an uns vorbei. Wir machen das nicht von unseren privaten Arbeitsgeräten oder Accounts. Wir brauchen, dass wir uns Freiraum nehmen können. Dass auch die Ebene höher, Verständnis dafür hat, wenn wir sagen: ‚Sorry, ich muss jetzt mal mich nur hierauf konzentrieren und kann nicht nebenbei noch 1000 Sachen machen‘. Und wir brauchen auch jemanden, der uns mal betreut. Der ab und zu sagt: ‚Wie gehts dir denn? Jetzt mach mal den Rechner aus. Mach Social Media Pause und geh mal ne Runde um den Block.‘ Weil, man selbst macht es einfach nicht. Ich mache dann einfach weiter, auch wenn ich mir damit schade. Wir brauchen diesen Mut, auch durch Austausch mit Kolleg\*innen, selbstbewusster und mutiger zu Vorgesetzten zu gehen und zu sagen: ‚Unsere Arbeit ist jetzt anders‘. Dieser Raum für Reflektion von Social Media, der entsteht nicht von alleine. Es braucht einfach einen Raum für Emotionen. Auch einen Lernraum, in dem eigenes Verhalten offen reflektiert werden kann. Es ist gut, wenn es einen Jour Fixe gibt, um über den Hass zu sprechen. Und Supervision muss man rechtzeitig etablieren als Prävention und nicht erst, wenn der Shitstorm tobt. Das sind total langfristige Themen. Das braucht Budgets und Leitungsverantwortung und Know-How.



**@Meryem** (sie/ihr)

...

Wenn Hate kommt, dann lege ich den Fokus zuerst auf Gefühle, Gebe die Aufmerksamkeit wirklich auf den Körper und Emotionen und höre in mich rein. Um die eigenen Bedürfnisse und auch Grenzen zu erkennen, und rechtzeitig reagieren und sich schützen zu können. Also im Sinne von: sich aus der Situation nehmen können, wenn das gerade zu viel ist. Dann muss ich erstmal schauen: Was brauche ich gerade? Kann ich einfach weiter arbeiten oder muss ich zuerst mit jemandem reden, mir Hilfe suchen, rumrennen, rumhüpfen, Energie rauslassen? Oder was ist nötig?

**@Azra** (sie/ihr)

...

Wenn mich irgendwas triggert, ist wichtig, dass ich da natürlich auf mich achte. Ich mir auch sage: ‚Ok, wenn sowas ist, das muss ich nicht alles alleine stemmen.‘ Dass ich auch einfach weiß, ich bin damit nicht alleine. Das ist total wichtig, das ernst zu nehmen, dass man sich Hilfe suchen sollte, wenn man das Gefühl hat, man ist überfordert. Sei es, dass ich das im Verband diskutieren kann. Immer mit jemandem sprechen vorher, und nie einfach allein machen. Diesen Druck rauszunehmen: Ich muss da jetzt sofort drauf reagieren. Und sich immer die Zeit zu nehmen und am besten immer mit einer Kollegin zu sprechen. Das machen wir auf jeden Fall immer, sobald es irgendwie kritischer wird. Aber es ist auch gut zu wissen, dass es Beratungsstellen gibt, wo ich hingehen kann. Ich finde, das gibt einem auch so ein gewisses Maß an Sicherheit und an Kontrolle. Das ist eine Aufgabe, die erledigt werden sollte: intern das Know-How zu streuen. Das Netzwerk bekannter zu machen, dass auch wirklich alle Kolleg\*innen wissen, an wen sie sich wenden können, wenn sie Hilfe brauchen.





@Melanie (sie/ihr)

...

Wenn ich jetzt irgendwo neu in ein Team käme, wären das tatsächlich Fragen, die ich schon im Bewerbungsgespräch stellen würde: Wo wollt ihr denn hin in eurer Organisation? Und wenn ich dazu komme, wo wollen wir gemeinsam hingehen? Welche Haltung habt ihr auf Social Media? Was gibt es schon an Materialien? Welche Ressourcen gibt es überhaupt? Und wie werde ich unterstützt, mit Hass umzugehen? Wenn einer sagt: ‚Hauptsache die Leute kommentieren‘, dann solltest du dir echt überlegen, ob du in dieses Team rein willst



@Yela (sie/ihr)

...

Für mich ist es als Betroffene von Rassismus und Sexismus total wichtig, enge Verbündete zu haben, die wirklich wissen, wovon ich spreche, wenn es um die Erfahrungen in sozialen Medien und in der Moderation geht. Wenn ich mit denen über die -ismen sprechen kann, die mich betreffen Und wenn die das wirklich verstehen. Das hilft mir eigentlich am meisten, gegen jegliche Form von -ismen resilienter zu werden, egal ob online oder offline. Ich glaube, auch über Organisationen hinweg sich zu vernetzen mit Kolleg\*innen, die ähnliches erleben, Gruppen zu haben, wo man sich mal aussprechen kann, das finde ich hilfreich. Auch um mit so internalisierten Sachen umzugehen. Wenn einfach vorher gleich schon die Schere im Kopf kommt: ‚Wenn ich jetzt was sage, dann kommt eine schlimme Reaktion.‘ Und dann verstummt man einfach. Weil man weiß, dass man zu einer Minderheit gehört. Vielleicht sich noch fragt, ob nicht etwas dran ist, ob man nicht vielleicht wirklich so ist. Und da ist diese Ohnmacht. Und sich auch mal zu ermutigen, was zu machen und auch zu sehen: ‚Naja, aber ich bin jetzt auch nicht privat hier, sondern für eine Organisation. Und da bin ich auch ein Stück weit anonym und geschützt.‘ Und ich habe da auch was zu geben. Ich muss das abwägen. Manchmal ist das zu belastend. Und dann macht es vielleicht Sinn, dass die Kolleg\*innen antworten, die selbst nicht betroffen sind. Aber manchmal ist es auch genau umgekehrt: Dass es gut tun kann, wenn ich meine Perspektive da einbringen kann. Das ist Abwägungssache. Manchmal ist es eben auch ein bisschen viel verlangt, sich mit richtig schlimmem Kram auseinandersetzen zu müssen. Und das herauszufinden, ja, dafür ist der Austausch gut.



**@Alex** (sie / ohne)

...

Man macht eine Kosten-Nutzen-Abwägung: Was kostet es an Zeit, Energie, Follower\*innen, Netzwerkpartnerschaften, darauf zu reagieren oder nicht zu reagieren? Was kann erreicht werden durchs Reagieren oder Nicht-Reagieren? Was sind die Risiken? Können mir Personen oder Gruppen vielleicht sogar gefährlich werden – online aber auch offline? Das machst du doch im Analogen genauso, dass du dir überlegst: Wenn du da jetzt einen großen Neonazis mit Tattoos vor dir hast, wirst du ja auch nicht anfangen, total anti-rassistische Sprüche raus zu lassen. Weil du denkst: oh, oh, ich bin hier nicht sicher. Dann ist doch gut, dass man den im Netz einfach blocken kann. Wir können nicht alles schaffen und müssen gut abwägen: Kann ein Gespräch überhaupt Sinn machen? Können Mitlesende etwas lernen? Was habe ich davon? Wenn man viel zu tun hat, konzentriert man sich auf die wichtigen Dinge. Wenn die Zeit nicht da ist, dann ist sie halt nicht da. Wenn ich merke, das ist jetzt zu viel, dann verberge ich den Kommentar lieber und steck da nicht meine Energie rein. Wenn ich merke, dass mir eine Situation zu viel wird, müssen wir uns im Team besprechen.

**@Franziska** (sie/ihr)

...

Selbstfürsorge nicht vergessen ist wichtig. Das gehört einfach zu diesem Job. Und wir müssen Wege finden, damit umzugehen, dass man da einfach auch für sich selber gute Rahmenbedingungen schafft. Mir hilft das voll, dass ich weiß: Ok, für solche Situationen habe ich einen Fahrplan, den ich befolgen kann. Ich hab' mehrere Dinge zur Auswahl, sei es dass ich jemanden anrufe, der sich damit auskennt - also zu einer Beratungsstelle gehe. Oder dass ich die Kommentare melde. Oder das intern bespreche. Oder das erstmal einfach mal aufschreibe, um mich zu sortieren: Wie fühle ich mich gerade eigentlich? Was brauche ich? Um dann zu gucken, wie verändert sich meine Einschätzung, was ich machen sollte, dadurch vielleicht? Vor allem erstmal einfach ruhig bleiben.





@Jazmin (sie/ihr)

...

Diese Kommentare, die sind nicht persönlich. Das hilft, sich das bewusst zu machen. Das ist ein strukturelles Problem und nichts, was mit einzelnen Personen persönlich zusammenhängt. Das geht nicht gegen mich. Das hat so ein bisschen eine stärkere Distanz geschaffen. Diese Hasskommentare, die kommen, dass das ein gesamtgesellschaftliches Phänomen ist, dass das nichts mit uns als Verband zu tun hat oder mit mir als Person. Sondern dass ist etwas, das gibt es, das existiert, das betrifft auch Vereine, wo ich das gar nicht erwartet hätte. Und damit muss ich jetzt, oder damit müssen wir jetzt eben umgehen. Wenn man persönlich im Netz angegriffen wird, dann denkt man immer: Was hab ich denn jetzt falsch gemacht oder was haben wir falsch gemacht? War der Post nicht richtig so? Niemand hat Schuld daran, wenn er im Netz verbal angegriffen wird oder wenn Drohbriefe kommen oder was auch immer. Es geht erstmal nicht darum, sich zu fragen: Warum macht der das? Da bin ich erstmal nicht drinne. Ich bin erst mal betroffen. Und wir haben auch gemerkt, für einen professionellen Umgang mit Hass im Netz, können wir auch viel übertragen aus dem analogen Leben. Analog gehen wir ja auch irgendwie damit um.



# 2.

# Community Management als Bildung zur Netzkultur



## „Online ist alles aufgebauscht“



@Carola (sie/ihr)

...

Wir müssen aufpassen, nicht in den gleichen Tonfall wie die Community zu verfallen. Sondern eher zu überlegen: Welcher Kommunikationsstil bindet Menschen? Gerade wenn es darum geht, wie gehen wir mit Kritik um? Wie mit Provokationen? Einen peppig-frechen Stil fänden wir zwar toll aber das ist auch schwierig. Und da muss man auch aufpassen, selbst nicht eher patzig und eskalierend zu wirken. Gerade wenn man vielleicht in Wirklichkeit doch etwas gekränkt ist und das dann doch irgendwie spürbar ist. Die Stimmung solcher Kommentare schlägt sich oftmals auch in den Kommentaren der Community Manager\*innen nieder.



@Daniel (er/ihm)

...

Es gibt bei der Organisation den Anspruch, auch Menschen gerecht zu werden, deren politische Haltung man selbst eigentlich inakzeptabel findet. Es gibt Menschen, die sind halt schon lange dabei, sind Spender\*innen, deren Geld die Organisation auch braucht. Und das ist schon schwierig, mit denen dann umzugehen. Bei uns treffen sehr unterschiedliche Menschen aufeinander und es werden auch interne Streitigkeiten auf unseren Kanälen öffentlich ausgetragen, zum Beispiel auch hitzige Debatten über politische Themen und gesellschaftliche Trends. Die Bedarfe der Community aufzunehmen und umzusetzen ist auch deshalb schwierig, weil das teilweise einfach ziemlich konträr ist. Manche stehen auch nicht hinter den Inhalten, die wir posten. Es sind oft kritische Menschen aus der eigenen Community, die da herumtrollen, provozieren, besserwisserisch und störend agieren. Es gibt Typen, die immer sehr viel schreiben und sehr viel Zeit fressen. Die, die den Ton angeben, sind ausgerechnet die, die kein Interesse an einer Diskussion haben. Die nur ihren Frust ablassen wollen und undifferenzierte Stellvertreterkämpfe ausfechten. Manche Personen stören und provozieren immer wieder. Teils sogar Leute, die für die Organisation arbeiten und sich damit auch dem Arbeitgeber gegenüber unloyal verhalten. Dem müssen wir irgendwie Grenzen setzen. Aber die Diskussion an sich, das gehört auch einfach zu unserer Organisation dazu. Der Anspruch an den Kanal ist, dass ein Rahmen für Austausch und Debatte geschaffen wird. Dieser soll aber sachlich und freundlich bleiben.







**@Ethan** (er/ihm)

...

Uns fehlt teilweise auch selbst das Wissen, um zu verstehen, was genau da eigentlich gerade passiert. Zum Beispiel, ob etwas tatsächlich diskriminierend war. Das ist eine riesige Herausforderung, Diskriminierungen und Diskussionsverschiebungsversuche zu erkennen. Manche Kommentare können nur durch Wissen über Codes erkannt und als Hetzkommentare enttarnt werden. Wichtig sind hier das Wissen und die Erfahrung zu der jeweiligen Thematik.



**@Conny** (sie/ihr)

...

Die Beziehung zur Community ist eine Art Hassliebe. Die gibt ganz viel, aber manche haben auch echte seltsame Erwartungshaltungen an uns. Die Community ist auch sehr positiv, das vergisst man aber leider oft, weil sich sehr auf die Hater konzentriert wird. Wir beschäftigen uns viel zu sehr mit den Nörglern. Und haben sehr wenig Ressourcen, um uns um unsere guten Menschen zu kümmern. Um neue gute Leute heranzuziehen und zu füttern und Seeding zu betreiben. Die Community positiv zu stärken wäre super. Als Community Managerin ist man immer dazu geneigt, eher die negativen Kommentare zu bearbeiten, oder Kommentare, die sich knapp an der Grenze des Sagbaren befinden.



**@Junis** (dem/dem / ohne)

...

Online ist alles aufgebauscht. Da eskalieren Konflikte, das hat manchmal was von Schulhofdynamik. Es geht eigentlich um ganz andere Themen, aber irgendwie fühlen die sich angegriffen und dann wird da herumgepampt. Es ist oft schwer zu kontextualisieren im Internet und das hat, denke ich, viel mit Projektion zu tun. Manchmal gibt es auch voll die Gerüchteküche über die digitalen Kanäle der Organisation und niemand weiß mehr, wo das Gerücht herkommt und wohin es sich verteilt hat. Wir müssen wirklich daran arbeiten, eine bessere Kommunikationskultur in den digitalen Kanälen und auch Streitkultur zu entwickeln. Wie kann die Community darin bestärkt werden, sich nicht untereinander zu beleidigen und zu diskriminieren?





## 2.2. Community Management als Bildungsarbeit zur Netzkultur

### Strategie:

#### Prävention von Gewalt, Hetze und Diskriminierung im Netz durch Moderation

#### Kontext:

- ➔ Um eine gute Netzkultur als Prävention gegen Gewalt und Diskriminierung zu fördern. Proaktiv moderieren, statt nur auf Hetze zu reagieren.

#### Vorteile:

- ➔ Bei guter, präventiver Moderation kommt es gar nicht erst zu so vielen gewaltvollen und diskriminierenden Kommentaren.
- ➔ Sie fördert eine vielfältige und angenehme Online Community und leistet einen Beitrag zu demokratischer Netzkultur.

#### Herausforderungen:

- ➔ Sich die Zeit nehmen zu lernen, warum soziale Medien sind, wie sie sind und wie eine gute Netzkultur aussehen könnte.
- ➔ Eine Haltung dazu entwickeln.
- ➔ Immer wieder Ruhe bewahren und als positives Vorbild vorangehen.

#### Lösungsansätze:

- ➔ Austausch im Team.
- ➔ Community Management als Projekt der demokratischen Bildungsarbeit begreifen und eventuell auch als eigenes Projekt mit Förderung aufsetzen.
- ➔ Eine Hand im Rücken haben durch Anregen von Debatten im Team.
- ➔ Fortbildungen und Austausch suchen.
- ➔ Üben, üben, üben.



Community Management bedeutet:  
Gute Netzkultur vorzuleben und  
umzusetzen.

Während wir Alle vom Kindergarten an gelernt haben, was in analogen Räumen als akzeptabler Umgang gilt, fehlt in virtuellen Räumen darüber im Großen und Ganzen noch der Konsens. Menschen sehen schulterzuckend weg, wenn Regeln eines angemessenen Umgangs verletzt werden; auch wenn sie das Gleiche in analogen Räumen niemals dulden würden.

Für ein Vereinstreffen geben wir uns größte Mühe dabei: die Tagesordnung zu strukturieren, zu klären, welche Themen Menschen besprechen möchten, die Zeit so einzuteilen, dass wir alles besprechen können, was zu besprechen ist.

Wir reagieren dort genervt, wenn die immer selben Menschen viel reden und Andere nicht zu Wort kommen lassen. Wir melden uns, warten brav, bis wir dran sind. Und wir ermahnen uns immer wieder gegenseitig, darauf zu achten, dass Alle zu Wort kommen. Wenn jemand etwas sagt, was uns ärgert, dann brüllen wir nicht einfach

drauf los. Wir fragen in aller Regel einmal nach, ob wir unser Gegenüber richtig verstanden haben. Und erklären, warum wir vielleicht anderer Meinung sind.

Wenn in diesem analogen Vereinstreffen sich jemand ungefragt: mitten in den Kreis setzt, die Tagesordnung sprengt, eine Stunde lang monologisiert, ignoriert, was Andere ihm antworten und einfach weiter vor sich hin plappert, eine Frau für ihr Aussehen beleidigt und einen türkischstämmigen Menschen mit wilden Vorurteilen beschimpft; dann ist es eher unwahrscheinlich, dass alle anderen Teilnehmenden Schultern zuckend sitzen bleiben und flüsternd verhandeln, ob das nicht im Rahmen der Meinungsfreiheit ist und ob man das akzeptieren muss. Völlig unabhängig davon, ob das Gesagte von der Meinungsfreiheit gedeckt ist, würden wir das Verhalten der Person als Respektlosigkeit empfinden und nicht tolerieren.

Das gilt im Online jedoch oft nicht. Hier scheinen viele einfach anzunehmen, dass es sowieso unstrukturiert laufen und im Chaos enden muss. Und auch die Moderation ei-



nes Kanals bemüht sich oft gar nicht erst um eine gut durchdachte Struktur und gut durchdachte Moderations-Regeln. Wieso eigentlich nicht? Wieso akzeptieren wir soziale Medien als einen verwahrlosten Raum, in dem die Lautesten sich durchsetzen und in dem die Gewalt sich Raum nimmt?

Aus analogen Räumen kennen wir ja auch den Unterschied zwischen einer gut moderierten Debatte, und einer unmoderierten Party. Und wir wissen, in welchem der beiden Räume eher Alle gehört werden und in welchem es eher zu Gewalt und Belästigung kommt. Ein sehr chaotischer Raum, in dem die Kommunikation sowieso schon unstrukturiert und grenzüberschreitend ist, ist ein Raum, in dem sich auch Hetze leichter unkontrolliert verbreitet.

Manchmal erfordert die Tätigkeit im Community Management, dass wir in die Rolle von Securities schlüpfen: Dass wir Menschen klare Grenzen setzen, ihre Schmiere von der Wand entfernen Und dass wir

auch ab und an mal eine Person hinauswerfen und ein Hausverbot erteilen. In den allermeisten Fällen unseres Einsatzes geht es jedoch darum, quasi das Einhalten der „Tagesordnung“ zu gewährleisten, in hitzigen Debatten für eine konstruktive Diskussionskultur zu sorgen und ab und zu einen kleineren Streit zu besänftigen.

Bei der Auseinandersetzung mit den Dynamiken in den Kommentarspalten merkt man, dass es dabei oftmals ähnliche Punkte sind, wegen derer Situationen eskalieren. Sich auf diese wiederkehrenden Situationen vorzubereiten und gute Antworten darauf parat zu haben, wirkt wie eine Rüstung, die uns hilft, uns im Getümmel nicht zu verletzen.

Prävention von Gewalt und Diskriminierung im Netz heißt: Mit gutem Beispiel vorangehen und ähnliche Regeln im Netz einführen und durchsetzen, wie wir sie in der analogen Welt als guten Umgang miteinander einfordern.



Dafür ist es – genau wie im analogen Leben – vor allem wichtig, als gutes Vorbild voranzugehen. Denn wie im analogen Leben, lernen Menschen auch im Online durch Nachahmung. Für unsere Tätigkeit als Community Manager\*innen heißt das auch: Wir dürfen uns nicht dazu hinreißen lassen, nachzuahmen, was wir im Netz sehen. Andere sollen sich uns als Vorbild nehmen und nicht andersherum.

Damit Debatten konstruktiv und gewaltfrei ablaufen, ist es Aufgabe der Moderation, dafür zu sorgen, dass Menschen an unse-

rem Beispiel lernen können, wie das Netz als respektvoller Raum eigentlich aussehen könnte. Das bedeutet, dass wir unsere Tätigkeit als Bildungsarbeit für eine bessere Netzkultur begreifen sollten. Und somit auch, dass wir uns Gedanken machen sollten, wie wir didaktisch gut vermitteln können: Warum der Umgang im Netz ist, wie er ist und wie er eigentlich besser sein könnte.

Sich selbst mit guter Debattenkultur und Kommunikation zu befassen, kann dabei hilfreich sein.



## Ansätze für eine gute Netzkultur durch Moderation:

### 1. Aktive Moderation:

Setze Moderator\*innen ein, die aktiv auf Diskussionen reagieren und sicherstellen, dass die Richtlinien eingehalten werden.

### 2. Klare Richtlinien erstellen:

Definiere klare Verhaltensrichtlinien für die Community. Diese sollten Respekt und Toleranz betonen und klare Grenzen aufzeigen.

### 3. Transparente Kommunikation:

Informiere die Community über Regeln, Entscheidungen und Veränderungen. Offene Kommunikation fördert Verständnis und Vertrauen.

### 4. Förderung von Vielfalt und Inklusion:

Schaffe eine Umgebung, die Vielfalt schätzt und fördert. Vermeide selbst Diskriminierung und gehe mit gutem Beispiel voran.

**Siehe auch**

→ **Kapitel 3** Awareness für die Community, Seite 65

**Siehe auch**

→ **Kapitel 4.2.** Moderationsleitfäden erstellen, Seite 107

**Siehe auch**

→ **Kapitel 4.3.** Netiquette, Seite 125

**Siehe auch:**

**Workbook** **Teil 2:** Bausteine gegen digitalisierte Gewalt

→ **Kapitel 1:** Arbeitsprozesse

**Siehe auch:**

**Workbook** **Teil 3:** Community Management in zivilgesellschaftlichen Organisationen



### 5. Community-Einbindung:

Beteilige die Community an Themenfindungs- und Entscheidungsprozessen, um ein Gefühl der Zugehörigkeit und Teilhabe zu fördern. Feedback einzuholen kann auch dabei helfen, die Bedürfnisse der Community besser zu verstehen.

### 6. Verstehe Deine Rolle als Bildungsarbeit zu guter Netzkultur:

Ermögliche Deiner Community, etwas über digitale Etikette zu lernen und sensibilisiere sie für verschiedene Perspektiven. Betone die Bedeutung von konstruktivem Dialog. Diskussionen sollten auf Ideen und Argumente basieren, nicht auf persönlichen Angriffen. Strukturiere die Kommunikation und moderiere den Dialog, so wie Du im analogen Raum Gesprächsregeln und -prozesse in Gruppen etablieren würdest.

### 7. Schnelle Reaktion auf Probleme:

Warte nicht und greife durch. Handle schnell bei Regelverstößen, um ein positives Umfeld aufrechtzuerhalten und Mitglieder vor unangemessenem Verhalten zu schützen. Eine klare und geschützte Struktur gibt Deinen Follower\*innen die Möglichkeit, sich frei zu entfalten. Und es verhindert, dass die Kommentarspalten zu einem verwahrlosten digitalen Raum werden.

### 8. Anreize schaffen:

Belohne positive Beiträge und Verhaltensweisen, um die Motivation zur Einhaltung der Richtlinien zu stärken.

### 9. Kontinuierliche Evaluierung:

Überprüfe regelmäßig die Effektivität der Richtlinien und des Community Managements. Aktualisiere sie bei Bedarf, um sie an die sich ändernden Anforderungen anzupassen.

#### **Siehe auch**

→ **Kapitel 2.2.** *Community Management als Bildungsarbeit zur Netzkultur, S. 34*

#### **Siehe auch**

→ **Kapitel 2.3.** *Bestärkende Moderation, S. 52*

#### **Siehe auch**

→ **Kapitel 3** *Beschwerdemanagement, Seite 97*



## Praktische Ansätze zu guter Netzkultur:

### A) sicherere Räume schaffen

Bevor Du überlegst, wie Du wertschätzend kommunizieren und gute Netzkultur vorleben kannst, überleg zuerst, wo die Grenzen dessen sind, was Du tolerieren kannst.

Wenn Kommentare gegen geltendes Gesetz, die Community Guidelines der Plattform oder Deine eigene Netiquette verstoßen, gehören sie ohne Wenn und Aber verborgen. Justiziable Kommentare sollten bei einer Meldestelle gemeldet werden. Störende User\*innen sollten geblockt werden.

Genau wie es im analogen Raum Grenzen gibt, die die Gäste Deiner Veranstaltung beachten müssen, gibt es diese auch im Online. Nur so gestaltest Du einen sicheren Raum, in dem sich Alle wohlfühlen können.

Bereite Dich darauf vor, dass Menschen Dich eventuell kritisieren werden, wenn Du Inhalte „zensierst“ oder Gegenrede leistest. Es ist eine rechte Radikalisierungsstrategie, angebliche „Cancel Culture“ zu unterstellen und mit Meinungsfreiheit dafür zu argumentieren, im Netz **alles** stehen zu lassen.

Dabei zeigen viele Studien, dass das Gegenteil der Fall ist: Gewalt, Hetze, Diskriminierung und zunehmend rohe Ton ist die größte Gefahr für die Meinungsfreiheit im Netz, nicht die Moderation von Inhalten. Denn durch Hetze und Angriffe werden Menschen verschüchtert und sie verstummen. Die beste Prävention gegen sogenanntes Silencing ist daher ein gut durchdachtes Moderationskonzept, das Angriffe und Bedrohungen ernst nimmt und nicht ignoriert. Die Grenze zwischen Meinung und Hetze zu finden, ist dabei eine Aufgabe, die viel Auseinandersetzung und Fingerspitzengefühl erfordert – natürlich kann es nicht darum gehen, dass Du als Person Meinung entfernst, die Dir persönlich nicht gefallen.

**Siehe auch**

→ **Kapitel 4.3. Netiquette**, Seite 125





Was genau auf Deinem Kanal als Grenze des Sagbaren gilt, hängt neben geltenden Gesetzen und grundlegenden Werten unserer Gesellschaft auch mit den Werten Deiner Organisation und Deinen Zielen zusammen: In Moderationsguides und Netiquetten solltest du Dein geltendes Kanal-Hausrecht transparent regeln.

Außerdem hängt es mit den Kapazitäten Deines Teams zusammen, für welche Art von Debatten du sichere Räume halten kannst. Und zuletzt auch mit Deiner Zielgruppe. Wenn Deine Organisation für Vielfalt und Toleranz einsteht, dann bedeutet das auch, dafür zu sorgen, dass marginalisierte Gruppen sich in Deinem virtuellen Raum wohl und sicher fühlen können. Dass sie ihre Perspektive dort einzubringen wollen.

Werden dort Vorurteile über sie verbreitet und stehen gelassen, fühlen sie sich in dem Raum weniger sicher und sie werden dort ihre Meinungen und Perspektiven eher für sich behalten. Und das ist dann eben keine wirkliche Meinungsfreiheit. Sondern ein unmoderierter Dialog, in dem es keine Augenhöhe gibt und der Stärkere sich laut durchsetzt.

## **B) Toxische Gesprächsstrategien nicht tolerieren**

Genau wie in analogen Räumen, ist nicht nur explizite Gewalt und Hetze ein Problem. Es gibt viele Verhaltensweisen, die auf subtile und passiv-aggressive Weise provozieren und einen guten, sachlichen Dialog zerstören. Manche Trolle wenden diese Strategien bewusst und gezielt an, um genau das zu erreichen.

Es ist wichtig, auch diese subtilen Strategien mitzudenken, in Deiner Netiquette zu verankern und nicht zu tolerieren. Ob jemand gezielt und absichtlich so kommuniziert oder ob eine Person unbeabsichtigt schlecht kommuniziert, ist nicht immer einfach zu unterscheiden. Wenn jemand jedoch über längere Zeit hinweg immer wieder mit toxischen Gesprächsstrategien auffällt, ist es wichtig, genau das nicht zu ignorieren. Sondern das destruktive Potenzial für die Community ernst zu nehmen, das darin steckt.

Auch wenn ein\*e User\*in sich immer wieder in Konflikte verwickelt, ohne dass Du auf den ersten Blick problematisches Verhalten erkennen kannst, lohnt sich vielleicht genauer hinzuschauen, ob Du toxische Diskursstrategien entdecken kannst.



Solche Strategien können zum Beispiel sein:

- Derailing
- Themenhopping
- Whataboutismus
- Flooding-the-Zone-with-Shit
- Dog Whistling (Codes)
- Red Pilling
- Framing
- Desinformation
- Loaded Questions
- Sea Lioning
- Cherry Picking
- False Balance
- Anekdotische Evidenz
- Zirkelschluss
- Falsche Dilemmata
- Pars pro Toto
- Räuberpistole
- Ad Hominem Argumente
- Strohmann-Argumente
- Red Herring
- Plausible Deniability
- Täter-Opfer-Umkehr (Victim Blaming)
- Gaslighting
- Shaming
- Vortäuschen von Social Proof und Astroturfing (mithilfe von Sockenpuppen)

**Siehe auch:** Workbook Teil 1 (Schutzkonzepte)  
→ **Kapitel 1:** Digitalisierte Gewalt Grundwissen

**Siehe auch:**  
Workbook Teil 6: Glossar



### C) Awareness ins Netz bringen

Um eine tolerante, vielfältige Gesellschaft wirklich zu leben, reicht es nicht aus zu sagen, man sei gegen Diskriminierung und Gewalt. Es geht auch darum, die gesellschaftlichen Strukturen so umzubauen, dass sie für marginalisierte Menschen tatsächlich inklusiv und einladend sind.

Zu Awareness auf Deinen Kanälen gehören zum Beispiel:

- Bewusstsein für Mehrheitsverhältnisse und Machtdynamiken in Deiner Community
- Bewusstsein über Deine eigene gesellschaftliche Positioniertheit
- einen sensiblen Umgang mit eigenen Wissenslücken und Vorurteilen
- Ansprechbarkeit für Feedback und Kritik
- Bereitschaft, eigene Postings zu überarbeiten und korrigieren
- Ansprechbarkeit für Fälle von Gewalt und Diskriminierung auf Deinem Kanal
- bestmögliche Unterstützung der Betroffenen: sei es durch Verbergen von Kommentaren, Blocken von User\*innen, emotionale Zuwendung oder Weitervermittlung an geeignete Beratungsstellen

Zu guter Letzt gehört zur Awareness, dass Du in der Rolle als Moderation einen guten Umgang mit Diskriminierung vorlebst. Dabei hilft eine allgemeine Auseinandersetzung mit Awareness in Deiner Organisation, auch über das Social Media Team hinaus.

**Siehe auch**

→ **Kapitel 3** Awareness für die Community, Seite 65

**Siehe auch: Workbook Teil 1 (Schutzkonzepte):**

→ **Kapitel 3: Awareness**



## D) Medienkompetenz fördern

Die Funktionsweise der Social-Media-Plattformen beeinflussen die Art und Weise, wie Menschen Online miteinander kommunizieren. Je besser Du selbst diese spezifische Umgebung verstehst, desto eher kannst Du lernen, ruhiger auf Kommentare zu reagieren. Und Deiner Community als gutes Beispiel vorangehen.

Ein Beispiel hierfür: Das Netz ist ein Raum, in dem Menschen nach Aufmerksamkeit buhlen. Wenn sie diese am besten mit Unfreundlichkeit bekommen, wird genau das durch die Algorithmen verstärkt. Es ist, als würde in einer Jugendgruppe jedes Mal der halbe Raum applaudieren, wenn jemand eine provokante Aussage macht.

Um Demokratiefähigkeit im Netz zu fördern, ist es sinnvoll Menschen zu vermitteln: Es wichtig ist, mit ihrer mit Aufmerksamkeit und Interaktion vor allem das zu bestärken, was sie tatsächlich gut finden. Das solltest Du im Community Management einerseits vorleben. Andererseits solltest Du auch andere informieren, warum das für eine gute Netzkultur wichtig ist.

Menschen halten sich in sozialen Netzwerken auf, um unterhalten zu werden. Und gerade eskalierende Konflikte im Netz können sich zu regelrechten Unterhaltungsspektakeln ausweiten. Sie entwickeln einen Sog, vergleichbar dem einer schlechten Seifenoper, die man weiterguckt, obwohl man sie eigentlich daneben findet. Mit dem Unterschied, dass hier reale, echte Menschen fertig gemacht werden.

Wenn Dein Kanal auch ohne Provokationen und Eskalationen unterhaltsam ist und auf konstruktive Weise zum Mitmachen einlädt, gibt es dort auch weniger Anreize, selbst Spektakel zu veranstalten. Dazu solltest Du auch reflektieren, inwiefern Dein eigenes Verhalten zu solchen Spektakeln provoziert. Da die Algorithmen derartiges Verhalten mit Engagement und Interaktion und folglich Reichweite belohnen, sind wir auch selbst nicht davor gefeit, unbewusst in diese Falle zu tappen. Das mag für kommerzielle Unternehmen vielleicht irgendwie attraktiv sein – „There’s no bad marketing“...

Aber es ist eher eine Falle für eine zivilgesellschaftliche Organisation, deren Ziel nicht Profit ist, sondern die für bestimmte Werte und für eine demokratische Zivilgesellschaft entsteht.



Denn die Art Reichweite, die man mit solchem Verhalten erzielt, ist nicht unbedingt die Reichweite, die Eure Organisation weiterbringt.

Dein Ziel sollte sein, zu verstehen, warum die Menschen in Eurer Online Community diesen von Euch angebotenen sozialen Raum für sich nutzen. Was sie dort suchen. Wie sie ihn nutzen. Und was für eine Online-Umgebung sie eigentlich brauchen, um sich wohlfühlen und sich konstruktiv zu verhalten. Dazu gehört das Reflektieren darüber, auf welche Weise die jeweilige Plattform das ermöglicht und inwiefern sie es erschwert.

Um den demokratischen Diskurs im Netz zu fördern, macht es vielleicht Sinn – je nach Zielsetzung Deiner Organisation - daraus eigene Projekte zu stricken. Wie wäre es, die Bildungsarbeit, die Ihr sowieso schon betreibt, auch um Inhalte im Bereich demokratische Medienkompetenz zu erweitern? Und zum Beispiel Sozialarbeiter\*innen, Medienpädagog\*innen und Digital Streetworker\*innen ins Social Media Team zu holen, deren Aufgabe es nicht ist, Content zu erstellen? Sondern die mit Mitteln des Community Managements die Fähigkeit zu einer demokratischen Debattenkultur fördern?

Zu guter Letzt gehört zu Medienkompetenz auch das Wissen, dass Diskurse zwar schnell hitzig werden. Dass das Gerede um Polarisierung und Spaltung der Gesellschaft aber auch das Herbeireden eines Kulturkampfszenarios ist, das mit der Realität eher wenig zu tun hat. Steffen Mau zeigt in seiner Forschung, dass die Gesellschaft sich im Kern in den meisten Themen viel einiger ist, als oft angenommen wird (Mau: „Kamel oder Dromedar. Zur Diagnose der gesellschaftlichen Polarisierung, 2022“).

Soziale Medien bestehen auch nicht nur aus Filterblasen, die uns immer weiter voneinander entfernen. Sie führen im Gegenteil auch dazu, dass Menschen mit viel diverserem Content und vielfältigeren Perspektiven in Berührung kommen. Auch weil über soziale Medien auch marginalisierte Gruppen ihren Weg in die etablierten Medien finden.

Ob und inwieweit soziale Medien die gesellschaftliche Polarisierung begünstigen, ist wissenschaftlich noch gar nicht abschließend geklärt. Laut einer Studie von 2017 ist die gesell-



schaftliche Polarisierung sogar am stärksten in den gesellschaftlichen Gruppen, die am wenigsten Exposition mit Inhalten aus sozialen Medien haben (Boxell, Gentzkow, Shapiro: „Is the Internet Causing Political Polarization? Evidence from Demographics, 2017).

Das sind gute Gründe, dem Thema Social Media auch offen, neugierig und mutig zu begegnen. Und die Chancen zu erkennen, die es birgt. Entscheidend ist sicherlich, wie Menschen an neue Themen herangeführt werden. Und wenn eine Annäherung an ein Thema gleich mit einem großen Konflikt startet, ist es mit der Offenheit für Inhalte natürlich auch schnell dahin. Gerade Effekten wie der Online-Enthemmung und Empörungsdynamiken entgegenzuwirken ist daher von zentraler Bedeutung, um Menschen in sozialen Medien mit neuen Themen zu erreichen.

## **E) Umgang mit Online-Enthemmung und Empörungsökonomie**

Wenn wir in virtuellen Räumen in unseren Online Communities unterwegs sind, gibt es eine große Herausforderung: Wir wissen oft nicht, unter welchen Begleitumständen unsere Community gerade online unterwegs ist. Hatte unser Gegenüber einen schlechten Tag? Ist es gestresst? Hatte es gerade einen Streit? Ist die Person, mit der ich zu tun habe, von einem Thema emotional betroffen?

Es gibt Zeitpunkte, zu denen nahezu jede\*r von uns sich einmal unmöglich verhält. Und Ereignisse, die uns in unseren Lebensumständen erschüttern. Seien es einzelne Schicksalsschläge; oder aber auch Ereignisse, die uns als Gesellschaft betreffen.

Leider sind digitale Räume und insbesondere Social-Media-Plattformen Räume, die Empathie erschweren und in denen Konflikte leicht eskalieren. Der Online-Enthemmungseffekt sorgt dafür, dass Diskussionen leicht zu handfesten Streitigkeiten ausarten. Digitale Räume sind missverständlich. Tonfall, Mimik und Gestik fehlen, was für die meisten Menschen die Kommunikation unverständlicher macht. Ironie, Smileys und Humor werden in sozialen Medien oft fehlinterpretiert. Die Kürze von Postings führt zu einer Dekontextualisierung von Aussa-



gen. Häufig läuft die Kommunikation sehr unstrukturiert. Sie verläuft zeitlich versetzt und thematisch oft ziemlich unsortiert. Das Hüpfen von einem Thema zum nächsten ist an der Tagesordnung. Die Viralität und Empörungsökonomie der Algorithmen tut ihr Übriges, um Social Media zu einem Raum zu machen, der geradezu prädestiniert ist für eine unerträgliche Debattenkultur. Um dem entgegenzuwirken, kann man folgende Prinzipien anwenden:

### Debatten strukturieren

Versucht, Ordnung in die Debatte zu bringen und Übersichtlichkeit herzustellen:

Formuliert Eingangsfragen zu Euren Postings. Formuliert eine Regel, dass Menschen unter diesem Post zum genannten Thema und nicht zu irgendetwas anderem diskutieren sollen (denkt an die Tagesordnung beim Vereinstreffen). Damit habt Ihr automatisch auch eine Regel gegen Whataboutismen und Themenhopping geschaffen und verhindert, dass Menschen sich den Raum für ihre Propaganda klauen.

Schafft klare Orte und Prozesse zum Abgeben von Feedback, Themenwünschen und Kritik. Leite Menschen gezielt durch verschiedene „Stationen“ Deines Kanals und Deiner digitalen Welt, an denen sie unterschiedliche Dinge tun können.

*„Hallo liebe\*r XY, um eine gute Debattenkultur zu gewährleisten, diskutieren wir hier unter jedem Post nur zum Thema des Postings. Siehe auch unsere Netiquette Regel Nr. ... (Link zu Netiquette).“*

*„Wenn du einen Themenwunsch hast, den wir einmal behandeln und diskutieren sollen, kannst du uns hier Themen vorschlagen: ... (Link zu Themenwünsche-Sammlungs-Post).“*

Versucht Menschen zu vermitteln, dass auch Online-Räume schöner und konstruktiver sein können, wenn wir uns an ähnliche Regeln wie im Offline halten und Gespräche gut strukturieren. Und überlege Dir, wie Du Prozesse der Moderation gut ins Online übertragen kannst, die Du aus dem analogen Leben kennst.

**Principle of Charity:**

Sich in eine Haltung des „Principle of Charity“ zu begeben heißt, erstmal anzunehmen, dass das Gegenüber es vielleicht gar nicht so gemeint hat. Atme durch und trinke bei kritischen Posts lieber erstmal in Ruhe einen Kaffee oder Tee – setze Dich später nochmal dran. Beim Antworten kann helfen, sich erstmal auf den Common Ground zu verständigen und nachzufragen, wie etwas gemeint war.

*„Hallo liebe\*r XY, ich kann gut nachfühlen, dass dich XY stört. Ich verstehe nicht ganz, was du mit der Aussage gemeint hast, dass... Ich interpretiere es so: ... Habe ich dich da richtig verstanden?“*

Und gegebenenfalls in einem nächsten Schritt:

*„Also ich teile deine Ansicht, dass (...) und dieses Thema ist mir auch ein wichtiges Anliegen. Ich sehe folgendes aber anders als du: ... / ich finde deine Aussage XY aber problematisch, weil ...“*

**Aufklären über Empörungsökonomie:**

Oftmals hilfreich ist der Hinweis, dass man sich in einem Raum befindet, der durch den Online-Enthemmungseffekt und Empörungs-ökonomie aufgeladen. Und daraufhin Menschen zu bitten, so miteinander umzugehen, wie sie es auch offline erwarten würden:

*„Hallo liebe\*r XY, wir befinden uns hier in einem Online-Raum. Das ist ein Raum, der sehr anonym und missverständlich ist. Und in dem Konflikte wegen dem Online-Enthemmungseffekt und der Empörungsökonomie der Plattformen schneller eskalieren.“*

*Wir vom Moderationsteam möchten dich bitten, einmal tief durchzuatmen und zu überlegen, ob man den Kommentar, der dich so verärgert hat, vielleicht auch anders verstehen könnte. Und wie du offline damit umgehen würdest. Hier haben wir schonmal eine Erklärung zu Online-Enthemmung und Empörungsökonomie gepostet – lies gerne mal nach!“*



**Aufklären über Dekontextualisierung:**

Kläre darüber auf, dass kurze Aussagen in Kommentaren oft dekontextualisiert und deshalb missverständlich sein können. Erfrage ggf. mehr Kontext zu Aussagen.

**Aktiv Empathie vorleben:**

Sei betont freundlich, empathisch und einfühlsam. Höre aktiv zu. Das heißt: Spiegele Menschen aktiv zurück, wie Du ihre Aussage verstanden hast, was sie bewegt und was ihnen wichtig ist. Bestärke die Aussagen und Anliegen, die Du teilst. Auch und gerade dann, wenn Du andere Aussagen nicht teilst.

Selbst bei Menschen, die sehr konfuse Dinge schreiben, gibt es meist ein tiefergehendes Anliegen. Gerade wenn Du Kritik an einer Aussage üben möchtest, lohnt es sich, erst eine empathische Verbindung aufzubauen. Gemeinsamkeiten aufzuzeigen, damit Dein Gegenüber Dir auch zuhört.

Frage Dich:

- Welches Gefühl treibt den\*die User\*in an?
- Was wünscht sich die Person?
- Was ist ihr wichtig?



### Tipps für eine gelingende Moderation:

- Sei neugierig und begegne Menschen mit einem „Scout Mindset“: Erkunde, was sie bewegt.
- Versuche wirklich zu verstehen, was jemand meint und frage nach.
- Stelle offene Fragen, keine Suggestivfragen.
- Erkundige Dich nach Gefühlen und drücke selbst Gefühle aus.
- Mache keine Unterstellungen oder Vorwürfe, sondern gehe im Fall von schlechter Stimmung erstmal von einem Missverständnis aus.
- Lebe Fehlerkultur vor und lade Menschen ein, Dich zu kritisieren. Atme tief durch, wenn Du kritisiert wirst. Versuche, den Kern der Kritik wirklich zu erfassen.
- Fasse zusammen, was Du verstanden hast. Stelle sicher, dass Du Dein Gegenüber richtig verstanden hast.
- Sag Deinem Gegenüber, was Du an seinem\*ihrem Kommentar schätzt.
- Betone Gemeinsamkeiten und geteilte Emotionen und Haltungen. Stelle einen Common Ground her.
- Sag der anderen Person, was Du von ihr gelernt hast, bevor Du Kritik äusserst.
- Unterscheide zwischen sachlicher und inhaltlicher Kritik einerseits und persönlicher Ebene andererseits. Sei auf der persönlichen Ebene aufmerksam, höflich und zugewandt. Auch und gerade dann, wenn Du Kritik äusserst oder Grenzen setzt.
- Benutze für Kritik die Sandwich-Technik: Sag etwas Verbindendes, dann etwas Kritisches, danach wieder etwas Verbindendes.
- Bemühe Dich, hohle Phrasen und wiederkehrende Argumentationskreise zu vermeiden. Besonders gute Chancen zu Deinem Gegenüber durchzudringen, hast Du mit unerwarteten Argumenten, emotionalen Beweggründen und persönlichen Erfahrungswerten.
- Stelle Nähe und Wir-Gefühl her durch eine freundliche, nahbare Ansprache. Mache die Kommentarspalten persönlicher:

*„Viele Grüße aus dem Community Management. Das ganze Team wünscht Euch ein schönes Wochenende!“*



## Kommunikations-Modelle für eine gelingende Moderation:

### Gewaltfreie Kommunikation:

Kommuniziere mithilfe der Prinzipien der [gewaltfreien Kommunikation nach Marshall B. Rosenberg](#):

- Versuche über Gefühle und Bedürfnisse hinter Aussagen zu kommunizieren bzw. diese zu erfragen.

### 4 Ohren:

Hilfreich sein kann auch das [„4-Ohren-Modell“ von Schulz von Thun](#):

Auf welchem Ohr hast Du Dein Gegenüber gehört?

Auf welchem Ohr hat es Dich gehört?

- Seid ihr auf einer Sachebene/Informationsebene unterwegs?
- Enthält die Äußerung Deines Gegenübers eine Selbstoffenbarung?
- Gibt es eine Handlungsaufforderung?
- Oder eine Mitteilung über Euer Beziehungsverhältnis?

### Hier ein empfehlenswerter Channel zu guter Streitkultur im Netz:

youtube [@streitgut](#) insta [@streitgut](#)



## 2.3. Bestärkende Moderation

### KASI-Methode

Das Bestärken erwünschter Kommentare und Verhaltensweisen ist eine gute Strategie, einen sachlichen und konstruktiven Umgang innerhalb der Community zu fördern, sie zu binden und negativen Kommentaren vorzubeugen.

Es lohnt sich, dabei den Blick im Community Management nicht nur auf Negatives zu richten, sondern vor allem auf das Positive zu fokussieren. Eine bewährte Methode, die hierbei helfen kann, ist die KASI-Methode.

Die KASI-Methode ist ein Ansatz zum Community-Building durch bestärkende Moderation. Feldexperimente zeigten: Die Methode bewirkt, dass Nutzer\*innen mehr positive Debattenkultur auf den teilnehmenden Kanälen wahrnehmen – und weniger negative Kommentare.

Community Manager\*innen gehen hierbei mit gutem Vorbild voran und bringen sich sachlich und konstruktiv in Gespräche aktiv

ein. Es ist wichtig, eine Fehlerkultur vorzuleben, Kritik und Feedback ernst zu nehmen und darauf einzugehen.

Der Fokus beim Moderieren liegt nicht so sehr auf den problematischen Kommentaren, sondern vor allem auf sachlichen, konstruktiven und positiven Verhaltensweisen. Durch das Liken, Verstärken und Bedanken für gute Beiträge und erwünschtes Verhalten, bekommen diese mehr Aufmerksamkeit. Die Algorithmen helfen dabei. Denn sie stufen die Kommentare als relevantesten ein, die am meisten Aufmerksamkeit erhalten.

Bestärkendes Moderieren kann sowohl für „gute“ als auch für „verbesserungswürdige“ Kommentare angewandt werden. Denn auch verbesserungswürdige Kommentare können unterstützenswerte Aspekte enthalten. Bei der KASI-Methode fokussiert man sich weniger darauf, Schlechtes zu bestrafen, sondern darauf, Gutes hervorzuheben.



Kommentare, die gegen Gesetze oder gegen die Netiquette verstoßen, werden natürlich zuerst entfernt. Und die Selbstregulation der Community wird angeregt, indem Counter Speech aktiv geliked und bestärkt wird.

Ein Fokus bei der KASI-Methode liegt auch auf dem Fragen stellen:

- “Wie kann das deiner Meinung nach optimiert werden?”
- „Wie genau meinst du das?“

Wer fragt führt – und kann ein Gespräch auch in eine bestimmte Richtung lenken.

Für jedes Posting wird ein Eröffnungskommentar geschrieben. Oftmals kombiniert mit einer Eingangsfrage, die das Thema der Diskussion festsetzt.

Im Eröffnungskommentar wird darauf hingewiesen, dass man sich auf eine konstruktive Debatte zum Thema freut.

**KASI bedeutet: Kognitiv, Affektiv und Sozial-Integrativ.** Das entspricht den drei Moderationsstilen in der bestärkenden Moderation:

### Kognitiv

- ➔ sachlich und auf Fakten orientiert, Informationen und Wissen vermittelnd, kritisches Nachdenken fördernd.

Zum Beispiel kann die Community nach Expert\*innen-Wissen befragt werden:

Wer hier kennt sich mit dem Thema gut aus?

Es wird Orientierung für eine gute Gesprächskultur angeboten und Regeln für gute Kommunikationskultur gesetzt, wie z.B. beim Thema zu bleiben.

Die Regeln der Netiquette werden bei Bedarf erläutert.



### Affektiv

- ➔ Bei diesem Stil geht es darum, Unterhaltung anzubieten, Emotionen anzuerkennen, ihnen Raum zu geben und Empathie zu fördern und das Selbstwertgefühl der User\*innen zu steigern.

Es wird empathisch auf User\*innen eingegangen:

"Wie ging es dir damit?"

"Machst du dir Sorgen, dass ...?"

"Was hast du erlebt?"

"Wir können deine Wut verstehen, aber..."

Hinweise auf Verhaltensregeln werden positiv formuliert ("bitte bleibt respektvoll" statt "so reden wir hier nicht"). Es werden Emoticons verwendet.

### Sozial-Integrativ

- ➔ Bei diesem Stil geht es darum, den respektvollen Dialog und Austausch in der Community zu fördern und das Wir-Gefühl zu stärken.

Es wird ein angenehmer Raum gestaltet, in dem man sich wohlfühlt durch Small Talk und Geplänkel.

"Hallo heute ist (Name) aus der Redaktion für euch da"

"Schönen Feierabend"

"Viel Spaß"

Die Nutzer\*innen werden angeregt, sich über ihre Geschichten und Erfahrungen auszutauschen. Es wird nach ähnlichen Erfahrungen gefragt. Wichtig ist eine Kommunikation auf Augenhöhe. Gemeinsame Werte werden betont. Das Zugehörigkeitsgefühl wird bestärkt – „Du gehörst dazu“. Bei Konflikten wird zwischen Gegenpositionen vermittelt. „Agree-to-disagree-Haltung: „Wir freuen uns, dass ihr so sachlich kontrovers diskutiert.“



### Mehr zur KASI-Methode lernen:

“HALLO LIEBE COMMUNITY! KONSTRUKTIVE ONLINE- DEBATTEN FÖRDERN DURCH BESTÄRKENDE MODERATION”, Dominique Heinbach und Marc Ziegele, Landesanstalt für Medien NRW. Download der Publikation hier: <https://www.medienanstalt-nrw.de/publikationen/hallo-liebe-community.html>

Die Landesanstalt für Medien bietet kostenlose Schulungen für Teams zur bestärkenden Moderation und zum Moderieren von Hasskommentaren an:

<https://www.medienanstalt-nrw.de/hass.html#community-management-schulungen>

Passend dazu auch: Video “Zeit den Hass zu ghosten”

[re:publica 2022: We want to break free – Zeit, den Hass zu ghosten!](#)



## Bestärkende Community-Kultur etablieren

Eine wohlgesonnene Online Community mit einer positiven Community-Kultur aufzubauen, ist eine gute Präventionsstrategie gegen Hetze und Gewalt auf Deinem Kanal. Eine Community, die sich mit Deiner Organisation identifiziert, ist zum einen eher bereit, Deinen Kanal gegen Angriffe zu schützen. Zum anderen lässt sie sich auch eher mal ein kritisches Feedback von Seite der Moderation geben.

Um die Bindung Deiner Community an Deinen Kanal zu erhöhen, probiere es doch mal mit folgenden Tipps:

### 1. Fortlaufende Geschichten

Wir alle wollen wissen, was die nächste Staffel bringt. Fortlaufende Geschichten können ein Weg sein, Neugier zu wecken und die Community zur Rückkehr zu bewegen.

### 2. Wiederkehrende Symbole und Running Gags

Menschen mögen es, Dinge wiederzuerkennen. Maskottchen, wiederkehrende Symbole und Running Gags machen Deine Community zu einem unterhaltsamen Ort, mit dem man sich verbunden fühlt.

### 3. Community-eigene Wörter und Bezeichnungen

Swifties oder Hakis - tweeten oder tröten: Eigene Wortschöpfungen für eine Community, können die Identifikation mit der Community fördern.

### 4. Rituale und Traditionen

Machst Du auf Deinem Kanal das wöchentliche Lagerfeuer an? Oder lieber einmal im Monat Q&A? Welche Rituale und Traditionen könnten zu Deiner Community passen?

### 5. Belohne die Community!

Belohne Engagement und positives Verhalten! Wie schaffst Du Anreize für Community-Mitglieder, sich auf dem Kanal konstruktiv einzubringen?





## Die Online Community belohnen

Wenn wir möchten, dass unsere Community sich in unserem Online-Raum aufhält und dort positive Vibes verbreitet, müssen wir dafür Anreize schaffen.

Zunächst ist natürlich wichtig, was auf dem Kanal überhaupt einen Mehrwert für Nutzer\*innen hat: Themen, die sie interessieren, Spannende Diskussionen, Nette Unterhaltungen.

Darüber hinaus gibt es unterschiedliche Strategien, die Follower\*innen für positives Verhalten zu belohnen. Die KASI-Methode ist ein Ansatz, Positives zu bestärken - Deiner Kreativität sind aber keine Grenzen gesetzt. Du kannst ganz eigene, zu Dir passende Wege finden, Deine Online Community für ihr sachliches Engagement und ihre Unterstützung zu danken.

Wie wäre es, wenn Du zum Beispiel eine Liste mit aktivsten Supporter\*innen anlegst. Und zu überlegen, was Deine Organisation anbieten kann, um diese für ihr Engagement zu belohnen? (Bitte beachte dabei den Datenschutz und fragt Menschen, ob Du sie auf einer Supporter\*innen-Liste führen dürft).

## Brainstorming aus dem Projekt: User\*innen belohnen

				
Kommentar likern	Rückfrage stellen	als User*in der Woche taggen	User*in Profil checken und likes verteilen	ein Giveaway schicken
				
bedanken	nette PN schreiben	User*in - Kommi als Posting teilen	auf Liste mit supporters aufnehmen	V.I.P. Office Führung
				
small talken	gifs und Smileys	zu Takeover / Mitarbeit einladen	zu Verlosung einladen	zur community Party einladen



## Übungen zur Beziehungsarbeit in der Community

1. Sammle Beispiele, in denen es gut gelungen ist, mit der Community zu kommunizieren und Bindung zu schaffen. Schreibe eine Liste mit Aspekten, die für Beziehungsarbeit mit Deiner Community wichtig sind.
2. Picke Dir Postings mit vielen Kommentaren darunter heraus und drucke sie aus. Markiere alle positiven Kommentare darunter mit einem Textmarker. Diskutiert im Team, welchen Kommentar Ihr wie belohnen könntet und nehmt dabei ggf. die obige Tabelle zu Hilfe.
3. Brainstormt im Team Eure aktivsten und unterstützenden Follower\*innen und schreibt ihre Usernamen auf eine Liste. Überlegt, wie Ihr diese Follower\*innen belohnen möchtet.
4. Suche grenzwertige Kommentare auf dem Kanal, die nicht gegen Eure Netiquette verstoßen, aber die Du auch nicht unkommentiert stehen lassen möchtest. Suche in diesen Kommentaren die Aspekte heraus, die Du unterstützenswert findest und übe, bestärkende Antworten mithilfe der KASI-Methode zu formulieren.



## *„Die Leute haben uns ja lieb, sie können es nur nicht in Worte fassen.“*



@Roxana (sie/ihr)

...

Ich begreife meine Moderationsrolle jetzt eher als Vorbereitung einer Podiumsdiskussion: Klar darf das Publikum auch an der einen oder anderen Stelle Fragen stellen, aber es muss beim Thema bleiben und es dürfen keine Themen durcheinandergeplappert werden. Guter Ton ist wichtig, damit eine gute Debatte gelingen kann. Man überlegt sich, ob man da eine Security braucht, die auch mal jemanden rauswirft. Und man überlegt sich, wann und wo wird Feedback eingeholt? Wo werden Themen gesammelt, die an anderer Stelle besprochen werden sollen? Wie leiten wir Feedback und Kritik weiter, damit wir das in der nächsten Veranstaltung berücksichtigen können? Also der Vergleich hilft mir, mehr in so eine Rolle zu kommen.



@Luisa (sie/ihr)

...

Generell müssen wir mehr da sein, immer ansprechbar sein. Und viel engmaschiger moderieren, gerade bei kritischen Themen umso mehr. Aber auch ein nettes Klima herstellen. Dazu gehört Verbergen genau wie Bestärken. Positive Menschen freuen sich über nette Kommentarspalten. Seitdem wir viel mehr präsent sind und die Regeln strikter durchsetzen, und diese Hinweise zur bestärkenden Moderation befolgen, haben wir keine Hasskommentare auf dem Kanal mehr gehabt.



@Nicole (sie/ihr)

...

Es ist so wichtig, sich immer wieder auch auf die guten Seiten zu besinnen. Keine Angst vor Social Media! Es macht ja auch echt Spaß. Und die Leute haben uns ja lieb, sie können es nur nicht in Worte fassen.





@Elena (sie/ihr)

...

Wenn diese Kommentare kommen, die nichts Halbes und nichts Ganzes sind - also keine richtig schlimmen Hasskommentare, aber so zwischen den Zeilen problematische Inhalte - das hat mich irgendwie manchmal echt wütend gemacht oder super genervt. Inzwischen habe ich gelernt, dass es bei solchen Kommentaren tatsächlich Sinn macht, Gegenrede zu machen. Gar nicht so im Sinne von ‚Ich bin jetzt sauer und zeig‘ dir jetzt, dass ich dagegen bin‘. Sondern eher im Sinne von: Sich zu überlegen, ‚Ok, diese Person schreibt irgendwie subtil blöde Sachen, aber vielleicht ist das ja auch jemand, den man noch vom Gegenteil überzeugen kann mit guten Argumenten‘. Dann bemühe ich mich, sehr wertschätzend zu schreiben. Also, ich muss nicht auf alles wertschätzend antworten. Aber manchmal macht es halt Sinn, wertschätzend auf so einen Kommentar zu reagieren und Bildungsarbeit zu machen. Und dann hat man vielleicht auch eine positive Reaktion. Wenn man so einen blöden Kommentar kriegt und dann liked die Person die eigene Gegenrede, das ist voll das schöne Gefühl. Das heißt dann: Ich habe anscheinend geschafft, dass die Person zumindest irgendwie respektiert, was ich geschrieben habe. Vielleicht sogar was daraus gelernt hat. Und das ist ja auch eine Form von Bildungsarbeit. Wenn man Dinge erklärt oder vielleicht andere Quellen verlinkt. Das finde ich mittlerweile irgendwie total cool, wenn das funktioniert. Ich begreif‘ das in dem Moment dann auch wirklich als Bildungsarbeit. Es ist irgendwie jetzt nicht mehr so ein: ‚Boah, ich bin jetzt einfach nur genervt und will reagieren‘. Sondern das ist: ‚Ok, ich mach jetzt Bildungsarbeit‘. Das ist eine Haltungsfrage.



**@David** (er/ihm)

...

Selbst über den Online-Enthemmungseffekt im anonymen Raum zu lernen, hat einen sehr großen Einfluss auf meine Entwicklung gehabt. Zu wissen: Okay, wir sind hier in einem Raum, der Empörungsdynamiken befördert. Das heißt auch, ich muss jetzt nicht auf jeden Aufreger-Alarm draufspringen. Man muss selbst die Wirkung von Algorithmen verstehen. Dann kann man Menschen auch auf den Online-Enthemmungseffekt hinweisen und das erklären. Das allein kann schon deeskalierend wirken. Es hilft auch, dass man sich ein bisschen mit dem Thema beschäftigt: Was gibt es überhaupt für unterschiedliche Arten von Gewalt im Netz? Wenn man sich damit auseinandersetzt, und das besser versteht, dann kann man, denke ich, natürlich auch besser reagieren. Auch verschiedene Arten von Diskriminierung funktionieren sehr spezifisch. Man kann nicht alles wissen, aber zumindest kann man wissen, womit man sich vielleicht selbst nicht so gut auskennt und bei diesen Themen umso vorsichtiger und selbstreflektierter sein.

**@Sarah** (sie/ihr)

...

Man muss nicht gleich wegen einem problematischen Aspekt alles, was eine Person schreibt, komplett ablehnen. Man kann so eine Haltung einnehmen: Ok, der Teil vom Satz, den können wir noch stehen lassen, der ist in Ordnung. Aber der Teil, das geht gar nicht. Und dann schreibt man einfach zurück: ‚Guck mal, deine Kritik, das finden wir völlig in Ordnung, das kannst du gerne sagen. Konstruktive Kritik an uns ist auch gerne willkommen und ich kann nachvollziehen, warum dich das stört. Aber diese Formulierung, das empfinde ich als beleidigend. Und wenn du den Satz nicht änderst, dann müssen wir das löschen, weil: So geht das nicht. Sprich bitte so mit mir, wie du mir das sagen würdest, wenn wir uns gegenüber sitzen, weil, wir sind hier kein anonymer Account, sondern hier sitzen echte Menschen und das macht auch was mit uns dieser Ton.‘ Man muss sich die Leute da auch ein bisschen zurecht erziehen. Vielleicht entschuldigt der sich und dann ist’s auch gut, Schwamm drüber. Und wenn der weiter provoziert, ja dann sorry. Dann halt Tschüss.





@Uli (ohne)

...

Erstmal anzunehmen, dass es ein Missverständnis sein könnte, kann helfen Aggressionen aus der Debatte rauszunehmen. Man muss lernen, da mit gutem Vorbild voranzugehen. Eine „Agree to disagree“ - Haltung zu vermitteln. Selber deeskalierend zu wirken, keine Fronten zu schaffen, sondern zum Umdenken zu bewegen. Ein freundliches, nettes Lernumfeld zu schaffen. Nicht anklagen, sondern die Probleme möglichst präzise benennen und immer auch ein alternatives Verhalten aufzeigen. Also positive, konstruktive Empfehlungen zu geben, wenn man etwas kritisiert. So zu kommunizieren, wie man es sich von den anderen wünscht. Man sollte genau hinzuschauen, auf welcher Ebene geantwortet wird. Das unterstützt die Kommunikation mit der Community. Manchmal ist es nicht sinnvoll, sachlich zu antworten, sondern sich zu fragen, aus welcher Haltung heraus passiert der Kommentar? Ist das eine ernsthafte Frage oder gehe ich eher auf andere Ebenen ein? Worum geht es meinem Gegenüber? Sind wir überhaupt auf einer Sachebene? Oder auf einer persönlichen oder emotionalen Ebene? Geht es eigentlich um etwas anderes und weshalb ist die Person wirklich frustriert? Wenn es um eine sachliche Ebene geht, sollte man Faktenlagen schaffen. Bei wiederkehrenden Themen kann es sich lohnen, das mithilfe von Expert\*innen zu machen. Wenn es um eine persönliche Ebene geht, ist aber ein emotionaler Zugang hilfreicher. Da bringen Fakten dann einfach nichts. Sich etwas Wissen anzueignen über Deeskalationstechniken, Konfliktmanagement und gewaltfreie Kommunikation, finde ich hilfreich. Wenn ich einen Konflikt mit jemandem habe, würde ich immer versuchen zu vermeiden, eine große Debatte in den Kommentarspalten auszulösen. Und eher versuchen, das in privaten Nachrichten zu klären.



**@Marcus** (er/ihm)

...

Man kann einen Austausch mit der Community zu Herausforderungen und Umgang untereinander anregen und sie in diese Prozesse mehr einbinden. Man muss eigentlich fortlaufend diskutieren: Was ist Usus im Miteinander? Wenn man Moderationsprozesse transparent macht, wie z.B.: ‚Wir haben hier so reagiert weil...‘, das kann schon auch bei der Community einen Lerneffekt bewirken. Dabei auch immer wieder auf die Netiquette verweisen und die erklären. Und darauf hinweisen, dass die Community auch gebraucht wird, um die Netiquette einzuhalten.

**@Alex** (sie / ohne)

...

Man entwickelt ja schon einen Blick dafür: ‚Ach die und die kommentiert doch bei uns irgendwie total häufig‘. Und wenn das eher positive Kommentare sind, dann kann man sich diese Leute rauspicken, die bei uns regelmäßig kommentieren, und die mehr in den Fokus nehmen. Denen vielleicht auch mal eine nette Direktnachricht schreiben. Überlegen: Wie stärken wir das? Also wie kann man auf die nochmal ein bisschen stärker eingehen, als Danke zu sagen? Rausfinden: Was ist der Bezug zur Organisation oder kann man die vielleicht mehr einbinden? Einen Link schicken mit etwas, was sie vielleicht interessiert, oder so. So gut es geht, irgendwie unsere Community für uns entdecken und da eine stärkere Nähe herstellen. Diese Beziehungsarbeit wirklich machen und emotional auf die eingehen. Das sollte auch nicht einfach nur Routine sein. Man darf wirklich ein bisschen menscheln und sich aufeinander einlassen.





@Sabine (sie/ihr)

...

Früher hab' ich auf Kommentare intuitiv geantwortet und mir keine Gedanken gemacht, warum die Leute eigentlich kommentieren. Ich hab' nur sehr faktisch darauf geantwortet, Gegenrede geschrieben und bin vor allem auf negative Kommentare eingegangen. Eine hilfreiche Strategie finde ich, sich mehr auf positive Kommentare zu konzentrieren und mit der Community eher in einen positiven, konstruktiven Austausch zu treten. Das kann sich ja auch positiv auf den Algorithmus auswirken, positive, konstruktive Kommentare zu liken und eine gute Gesprächskultur zu bestärken. Zuerst habe ich richtig geübt, zuerst die positiven Kommentare zu suchen und meinen Blick von den Negativen weg zu richten. Das muss man sich echt erstmal anders angewöhnen, das ist total drin. Ich gebe viel Lob für Rückmeldungen unter den Posts und bedanke mich viel, vor allem für Mithilfe. Wenn es besonders schöne Beispiele der gegenseitigen Hilfe und Solidarisierung gibt, lobe ich das überschwänglich in den Kommentaren. Ich versuche unterhaltsame und positive Beteiligung anzuregen über Fragen, Rätsel und Spiele. Bei hitzigen Debatten bemühe ich mich um einen empathischen und vermittelnden Stil. Ich finde auch Chat GPT dafür hilfreich: Man sagt: 'Schreib eine neutrale, wertschätzende Antwort', und kann Länge und Tonfall präzisieren. Wenn man zum Beispiel dazu neigt, sachlich oder trocken zu schreiben, kann man da verkopfte Sachen eingeben, um sie emotionaler zu machen. Das ist für mich auf jeden Fall eine Zeitreduktion im Vergleich zu, wenn man das selbst ausfeilen muss. Das macht von der Haltung her auf jeden Fall einen riesigen Unterschied, ob man sich vornimmt, einfach irgendwie zurückzukommentieren oder die Stimmung Richtung Liebe zu treiben.





# 3.

# Awareness für die Community



## „Per Chat ist schon echt herausfordernd“



@Karo (sie/ihr)

...

Meine Follower\*innen benutzen auch diskriminierende Sprache. Den meisten ist das wahrscheinlich gar nicht bewusst. Die denken sich nichts dabei. Aber im Netz sind einfach so unterschiedliche Menschen unterwegs. Und klar sind da auch Menschen, die das lesen, die das vielleicht betrifft. Wenn zum Beispiel jemand ‚behindert‘ als Schimpfwort benutzt oder so. Und wenn man das anspricht, da kommt ganz viel Abwehr.



@Samuel (er/ihm)

...

Komplexe Themen kann man per Kommentaren eigentlich nicht erklären. Vieles wird da verkürzt dargestellt und es fehlt einfach der Kontext. Im Gespräch ist es ja manchmal schon schwer, Leuten bestimmte Erfahrungen begreifbar zu erklären. Warum gendern für manche Menschen so wichtig ist zum Beispiel. Das ist schon analog eine Debatte, die viele nicht wirklich verstehen. Aber wenn man das in der Kommentarspalte macht, wo eh alle so drüber sind, das kann echt nicht gut gehen irgendwie. Manchmal frage ich mich, warum wir diese wichtigen Themen unserer Zeit ausgerechnet da diskutieren.





@Ailia (sie/ihr)

...

Ich fände es eigentlich schon wichtig, dass wir betroffene Personen auch im digitalen Raum irgendwie unterstützen. Aber das ist total schwierig, das zu leisten – was die Kapazitäten angeht. Erstmal ist ja die Frage: Wie unterstützt eins überhaupt gut im digitalen Raum? Per Chat ist schon echt herausfordernd. Aber es ist auch nicht immer die Kraft da, dafür andere Räume zu schaffen. Und auch die Frage der Sichtbarkeit. Wenn ich an so Awareness Teams auf Festivals denke oder so, die laufen da mit Warnwesten herum, wo „Awareness“ draufsteht. Oder es gibt Codewörter für ‚Ich brauche Awareness‘, die man an der Bar sagen kann oder so. Aber wie schafft eins Sichtbarkeit und klare Ansprechbarkeit in digitalen Räumen? Wie übersetzt eins diese Sichtbarkeit ins Netz? Für betroffene Personen ist das wichtig, zu wissen: Da ist ein Mensch und nicht ein anonymer, unpersönlicher Account. Wie gibt eins der Awareness da ein Gesicht?





## 3.2. Awareness in der Community vorleben

Awareness in Deiner Online Community vorzuleben, ist ein wichtiger Schritt dahin, einen gewaltfreien und anti-diskriminierenden Umgang dort zu etablieren. Und um mehr Sicherheit für Betroffene von Gewalt, Hetze und Diskriminierung dort herzustellen. Das umfasst mehr als nur offensichtlich radikale Hetzkommentare und Bedrohungen zu entfernen. Ein Raum wird sicherer, wenn man auch kleinere Vorfälle nicht tabuisiert, sondern einen konstruktiven Umgang damit etabliert.

Wir finden es wichtig zu betonen, dass Awareness keine Haltung sein kann und sollte, die man nur nach Außen auf den Kanälen etabliert, nach innen in die Organisation hinein aber nicht lebt.

Nicht nur ist es viel schwieriger, sich als Social Media Team eine klare Haltung zu erarbeiten und diese auch konsistent umzusetzen, wenn man innerhalb der Organisation keinen echten Rückhalt hat. Und sich zwischen einem Bild nach Außen und einer in-

ternen Realität verbiegen muss. Auch vermittelt man damit ein falsches Bild, wie sicher die Organisation als Ganzes für Betroffene eigentlich ist.

Ein ehrlicher Umgang nach Außen damit, was der aktuelle Stand der Entwicklung in Bezug auf Fragen wie Gewaltprävention und Diversität ist, ist Betroffenen gegenüber einfach aufrichtiger. Und die Offenheit über aktuelle Herausforderungen und Baustellen, wird auch viel eher dafür sorgen, dass diejenigen Menschen in Deine Organisation kommen und dort auch bleiben, für die der Raum tatsächlich gerade schon geeignet ist.

Habe keine Sorge, dass Du jemanden damit verschrecken könntest, zuzugeben, dass Deine Organisation zum Beispiel nicht perfekt rassismussensibel oder barrierefrei ist: Betroffene wissen das meistens sowieso und fühlen sich eher sicher mit Euch, wenn sie hören, dass Ihr Euch als Organisation darüber aufrichtig Gedanken macht und ehrlich zeigt, wo ihr steht.



Es sollten immer zuerst interne Haltungen und Prozesse geändert werden, bevor man krampfhaft versucht, diverser auszusehen und zu werden. Denn sonst ist die Gefahr groß, dass das Vorhaben scheitert und Menschen dabei verletzt werden.

Eine Awareness Policy für Social Media ist wichtig, sollte aber nicht dem primären Ziel dienen, etwas nach Außen anders darzustellen, als es intern tatsächlich gelebt wird. Wenn Deine Organisation in Wirklichkeit intern wenig Awareness lebt, dann ist der erste Schritt vielleicht nicht eine Awareness Policy für Social Media, sondern für Dein Team selbst.

Awareness ist auch keine Aufgabe, die man mal eben nebenher machen kann. Sie erfordert Zeit, Geduld und Haltung. Wir möchten deshalb dazu ermutigen: Wenn Dich das Thema Online-Awareness interessiert, mache ein Projekt daraus! Wie wäre es zum Beispiel, Fördergelder im Bereich Digital Streetwork zu beantragen? Es wird Zeit, dass wir den sozialen Bereich neu denken und wie bei anderen Streetwork-Ansätzen dahin gehen, wo die Menschen viele Feierabende verbringen: ins Netz.

**Siehe auch: [Workbook Teil 1](#) (Schutzkonzepte):  
→ [Kapitel 3: Awareness](#)**



**Im Folgenden nun ein paar Anregungen für Awareness in sozialen Medien.**

**Awareness für die Community kann zum Beispiel bedeuten:**

- Sich die eigene Positionierung im Team und eventuelle Wissenslücken bewusst zu machen.
- Eine Awareness Policy für die Kanäle zu entwickeln.
- Die eigene Content Creation kritisch zu reflektieren.
- In der Content Creation betroffenen Perspektiven Raum geben. Im Community Management explizit fragen, zum Teilen ermutigen und betroffene Perspektiven empowern (z.B. indem man bei Postings zum Thema Eingangsfragen zur Diskussion explizit an Betroffene richtet).
- In den Moderationsguides und der Netiquette klar zu regeln, dass Gewalt und Diskriminierung nicht erwünscht sind und nicht toleriert werden.
- Klare Grenzen setzen und Betroffene vor Gewalt und Diskriminierung schützen durch Verbergen, Melden und Blockieren.
- Zu Feedback und Kritik an den Kanälen einzuladen und klare Abläufe dafür zu schaffen
- Kontakte und ein Budget für Beratung bereitzuhalten, falls Fälle eintreten, in denen man mit den eigenen Kompetenzen an Grenzen kommt. Dafür geeignet sind zum Beispiel Organisationen, die in der Anti-Diskriminierungs-Arbeit tätig sind oder Sensivity Reader\*innen.
- Bei Vorfällen auf den Kanälen nachzufragen, ob es den betroffenen Menschen gut geht und emotionale erste Hilfe anzubieten.



- Betroffene an Möglichkeiten der Unterstützung innerhalb der Organisation verweisen.
- Betroffene an Beratungsstellen und Meldestellen verweisen.
- In Fällen von unbewusster Diskriminierung durch Personen aus der Community: Bildungsarbeit machen und der gewaltausübenden Person erklären, wo das Problem ist (was betroffene Personen entlasten kann).
- Ab und zu weiterführende Informationen zu den Themenbereichen Gewalt, Diskriminierung und Marginalisierung zu posten....

**Siehe auch**

→ **Kapitel 2.2.** *Community Management als Bildungsarbeit zur Netzkultur*, Seite 65

**Siehe auch**

→ **Kapitel 4.** *Moderationsguidelines und Netiquette*, Seite 105

**Siehe auch**

**Outro: Beratungsstellen Liste** Seite 266

**Siehe auch:** [Workbook Teil 1](#) (Schutzkonzepte):

→ **Kapitel 3:** Awareness

**Siehe auch:** [Workbook Teil 4](#) (Content Creation):

→ **Kapitel 4:** diskriminierungssensibles Posting



## Awareness Policy für Social Media

Im besten Fall hat sich Deine Organisation bereits grundlegende Gedanken über Awareness, Inklusion, Teilhabe und Diversity gemacht und hat dazu bereits Policies entwickelt, zu deren Einhaltung sie sich verpflichtet hat.

Anhand solcher Policies kannst Du mit Deinem Team auch eine Awareness Policy für digitale Kanäle entwickeln.

Diese könnte z.B. folgendes beinhalten:

- Grundlegende Positionierung zum Anspruch Deiner NGO, gegen Gewalt, Hetze und Diskriminierung einzustehen.
- Reflektion der eigenen Positionierung und Ziele (zum Beispiel: unsere Mitarbeitenden und Mitglieder sind gerade vor allem *weiße* Deutsche, darunter viele LGBTIQ+ und queere Personen und sehr wenig Menschen mit Behinderungen. Wir haben uns vorgenommen, gezielte Maßnahmen zu ergreifen, um zugänglicher zu werden für BIPoC und behinderte Menschen).
- Um diese Ziele zu erreichen, setzen wir folgende Maßnahmen auf unseren Social-Media-Kanälen um. (Z.B. Netiquette und Moderationsguides, die Rassismus und Behinderungenfeindlichkeit klar verurteilen; Beratung durch folgende anti-rassistische Organisation für unsere Social Media Arbeit: ...; folgende Maßnahmen für digitale Barrierefreiheit; Workshops und Q&As für die Community; Erfassung und Dokumentation von Vorfällen, Meldung von Vorfällen an folgende Stelle..., usw.)
- Wir haben eine Feedback-Box, wo ihr jederzeit Feedback und Kritik abgeben könnt. Ihr findet sie hier: ...





Sonstige relevante Fragen:

- Wer entwickelt eine Policy?
- Es kann sinnvoll sein, Betroffene bzw. Expert\*innen dabei einzubeziehen, um Veränderungsbedarfe festzustellen.
- Wo sind Policies auf Eurer Website einsehbar? Sind sie zentral platziert?
- Wie bringst Du Deine Community die Policy und damit verbundene Regeln (Netiquette) näher, damit sie wissen, welches Verhalten willkommen ist (und welches nicht)?
- Wie werden neue Mitarbeitende in der Umsetzung der Policy geschult?
- Wie dokumentiert Ihr Vorfälle in der Organisation?
- Wie überprüfst Du die Wirksamkeit Eurer Awareness Policy?
- Wer ist noch an der Evaluation beteiligt: Mitarbeitende (oder nur die Führungsebene?), Community Mitglieder, Vertreter\*innen von marginalisierten Gruppen? Es kann sinnvoll sein, Außenstehende dabei einzubeziehen, um objektiver den Ist-Zustand sowie Veränderungsbedarfe festzustellen.
- Wer entscheidet über Veränderungen an der Policy?



## 3.3. Betroffene unterstützen

### Strategie: Betroffene unterstützen

#### **Kontext:**

- Eine Person oder Gruppe wurde angegriffen.
- Menschen sollen geschützt werden.
- Niemand soll mit Gewalt im Netz allein bleiben.
- Hilfe anbieten und dafür sorgen, dass Menschen, wenn nötig, auch professionelle Unterstützung bekommen.

#### **Emotionale Unterstützung:**

- Fragen, ob alles in Ordnung ist.
- Unterstützung anbieten.
- Fragen, ob man Kontakt per PN / DM aufnehmen kann.
- Keine Schuldzuweisung an die Person! Keine Ratschläge, sich aus dem Netz zurückzuziehen (und damit sich selbst zu silencen)!
- Zuhören.
- Die Person fragen, was ihr helfen würde.
- Ggf. emotionale erste Hilfe leisten, dafür ggf. auch ein Telefonat anbieten.
- Ggf. Kontakte zu professioneller Unterstützung vermitteln.

**Siehe auch**  
**Outro: Beratungsstellen Liste Seite 266**



- Die Person erinnern, sich sichere Zeiträume und Orte zu schaffen: kein Scrollen durch belastende Kommentare abends im Bett vor dem Einschlafen!
- An weitere Betroffene denken: Bei Diskriminierung ist immer eine ganze Gruppe gemeint und nicht nur eine Person: „An Alle betroffenen Menschen, die das lesen: Es denken nicht Alle so und ihr seid nicht allein.“

#### Praktische Unterstützung:

- Es kann hilfreich für Betroffene sein, wenn andere Menschen für sie das Monitoring von Nachrichten und Kommentaren übernehmen, und nur eventuelle justiziable Kommentare an sie weiterleiten. So dass sie selbst sich nicht dauernd damit beschäftigen müssen und Abstand gewinnen können.
- Du kannst das Monitoring von Kommentaren selbst übernehmen, die Person dazu ermuntern, sich ein Unterstützungsnetzwerk aufzubauen oder beim Aufbau unterstützen, zum Beispiel indem Du andere Menschen aus der Organisation einbindest.

#### Herausforderungen:

- Nichts zu machen, was für die betroffene Person nicht gut ist. Auch wenn man anderer Meinung ist, was gut wäre. Das eigene Verhalten kann Gefahren für die Person mit sich bringen.
- Keine öffentliche Eskalation in den Kommentarspalten ohne Rücksprache mit der Person!
- Fremde Menschen im Netz in Kommentaren und Nachrichten zu unterstützen kann schwierig sein. Misstrauen im Netz ist berechtigt – es kann sich ja jede\*r als Helfer\*in ausgeben, um an z.B. an Daten zu kommen. Wenn in den Account kein Vertrauen besteht, ist es schwierig.
- Du bist nicht mit der Person an einem Ort. Du kannst aber emotionale Hilfsangebote entsprechend abwandeln: „Soll ich dir eine Wärmflasche machen?“ -> „Würde es dir vielleicht helfen, dir eine Wärmflasche zu machen?“

**Siehe auch: [Workbook Teil 1](#) (Schutzkonzepte)  
→ [Kapitel 3.7.](#): emotionale erste Hilfe**



## 3.4. Bildungsarbeit zu Diskriminierung in der Community

Die meisten Menschen waren oder sind von irgendeiner Form von Diskriminierung betroffen. Denn die meisten Menschen sind nun mal keine reichen, gebildeten, norm-schönen, schlanken, *weißen*, christlichen, ableisierten\*, hetero, cis Männer ohne Migrationsgeschichte mit deutscher Staatsangehörigkeit aus einer strukturstarken Region Westdeutschlands und im „besten Lebensalter“. Die meisten Menschen haben irgendwelche Privilegien – aber erleben auch irgendeine Form von Benachteiligung.

Diskriminierungserfahrungen können sich in vielerlei Hinsicht ähneln. Z.B. wenn es um das verinnerlichte Gefühl geht, „anders“ zu sein. Um Erfahrungen von Ausgrenzung, Bevormundung oder Vorverurteilung. Oder um handfeste Gewalt- und Bedrohungs-Erfahrungen. Jedoch sind unterschiedliche Arten von Diskriminierung auch sehr verschieden in der Weise, wie sie sich auf Leben auswirken können. Vorurteile gegenüber bestimmten Gruppen sind unter-

schiedlich. Und auch die Art und Weise, wie historische Unterdrückung strukturiert ist bzw. organisiert wurde, ist verschieden. Deshalb unterscheiden sich auch die Folgen und Auswirkungen dieser Strukturen. Die Separation in Sonderschulen hat für behinderte Menschen zum Beispiel andere Folgen, als die Benachteiligung von Frauen in der medizinischen Forschung, oder die Staatenlosigkeit für in Deutschland geborene Kinder von staatenlosen Eltern.

Es gibt so viele Arten, marginalisiert zu werden, dass niemand über all diese Lebensrealitäten und Erfahrungen im Detail Bescheid wissen kann. Doch sollten wir Alle uns damit fortwährend auseinandersetzen, wenn wir in einer demokratischen und diversen Gesellschaft friedlich miteinander leben wollen. Und wenn wir eine inklusive, gerechtere Gesellschaft erreichen wollen. Du kannst im Social Media- und Community Management auf verschiedene Weise dazu beitragen, mehr Empathie für unterschiedliche Perspektiven zu fördern.

\*ableisiert = nicht behindert / chronisch krank / psychisch beeinträchtigt, neurotypisch ( => z.B. nicht autistisch)



### 1. marginalisierte Perspektiven sichtbar machen

Mach Dir bewusst, dass es in jeder Online Community Perspektiven gibt, die im Raum sehr mächtig sind: Menschen, die Mehrheiten in einer Gruppe bilden. Und andere Stimmen, die seltener sind.

Das bedeutet gerade in Online-Räumen, dass bestimmte Perspektiven sehr sichtbar werden. Auch weil bestimmte Kommentare leicht viele Likes erhalten, während andere Kommentare vielleicht weniger Empathie und Resonanz erzeugen und seltener geliked werden.

Als Social Media Manager\*in kannst Du marginalisierten Perspektiven auf verschiedenen Wegen zu mehr Sichtbarkeit verhelfen. Vor allem durch diskriminierungssensible Content Creation. Aber auch mit Mitteln des Community Managements kannst Du das begünstigen und Stimmen empoweren:

Wenn Du beispielsweise ein Posting zu Rassismus erstellst, kannst Du z.B. eine Frage zum Posting erstellen, die nur Betroffene beantworten können. Oder eine Regel für

das Posting festlegen, dass für die ersten paar Tage nur vom Thema betroffene Personen zuerst unter dem Posting kommentieren dürfen.

Damit sorgst Du dafür, dass die Kommentarspalten unter Postings nicht von Menschen vereinnahmt werden, die diese Erfahrung selbst nicht gemacht haben (wie es sowieso in den meisten Kommentarspalten der Fall ist, weil nicht betroffene Kommentator\*innen meist die Mehrheit sind). Aus den Kommentaren von nicht betroffenen Personen kann die Mehrheitsgesellschaft wenig über andere Perspektiven auf ein Thema lernen. Stattdessen schaffst du einen Rahmen, in dem Menschen mit Erfahrungswissen die Themen einführen und die Diskussions-Schwerpunkte setzen, die ihnen wichtig sind. Die ersten Kommentare unter einem Posting können sehr entscheidend dafür sein, wie eine Debatte sich weiter entwickelt.

Sei dabei darauf vorbereitet, dass es evtl. Unverständnis oder Widerspruch seitens nicht-betroffener Personen geben kann. Und dass Du diese Regel erklären musst.



## 2. Bei diskriminierenden Vorfällen die Online Community aufklären

Verletzende Fehler innerhalb Deiner Online Community, die unbewusst und unabsichtlich passieren, werden mit Sicherheit vorkommen. Sie sind absolut unvermeidbar. Dabei laufen mit einer hohen Wahrscheinlichkeit immer ähnliche Muster ab, entlang derer solche Konflikte um Diskriminierung eskalieren. Du kannst in solchen Konflikten intervenieren und sie deeskalieren, indem Du einige Tipps befolgst.

Alle folgenden Hinweise beziehen sich auf Situationen, in denen Menschen sich mutmaßlich unbewusst diskriminierend verhalten haben. Sie beziehen sich nicht auf Aussagen und Kommentare, die eindeutige, gezielte Hetze enthalten. Wenn Menschen eindeutige und gezielte Hetze verbreiten oder wiederholt als uneinsichtig, provozierend und grenzüberschreitend auffallen, sollte ihnen Grenzen gesetzt werden und sie sollten ggf. geblockt und Betroffene vor ihnen geschützt werden!

Dieser Abschnitt behandelt unbewusste, weit verbreitete Verhaltensweisen und Vorurteile gegenüber marginalisierten Grup-

pen. Das kann auch positive Aussagen enthalten.

Ein Beispiel hierfür wäre die (mittlerweile breit diskutierte) Frage „Wo kommst du her?“, die je nach Kontext rassistisch sein kann.

### In solchen Fällen: Kommuniziere betont empathisch und wertschätzend

Beziehe zwar klare Position für die betroffene Person, aber bleibe der anderen Seite gegenüber betont wertschätzend und freundlich. Denn wenn man Menschen auf ihre unbewussten Biases hinweist, kommt es häufig zu Abwehrreaktionen bei Deinem Gegenüber. Die meisten Menschen wollen sich nicht diskriminierend verhalten und reagieren mit Scham auf Hinweise auf ihre Wissenslücken. In der Öffentlichkeit fühlen sie sich zudem schnell bloßgestellt. In der Folge fangen sie an, sich zu verteidigen. Vielleicht auch den Vorfall zu verleugnen, um ihr öffentliches Image zu bewahren.

Für Betroffene kann es umso schmerzhafter sein, diese Reaktion zu erleben. Bereite Dich deshalb strategisch auf solche Abwehrreaktionen vor mit dem Ziel, sie zu minimieren:



Stelle Nähe her durch nette, persönliche Ansprache. Betone, dass es normal ist, Dinge nicht zu wissen. Dass Du auch schon Dinge gesagt hast, bei denen Du zuerst nicht verstanden hast, wo das Problem ist. Beruhige die Person und die Community.

Vermittle fehlendes Wissen verständlich: in einfacher Sprache und anhand von Beispielen. Verweise gegebenenfalls auf externe Quellen. Achte unbedingt darauf, eine Kommunikation auf Augenhöhe zu schaffen und nicht mit erhobenem Zeigefinger zu erklären, als müsste die Person das eigentlich bereits gewusst haben. Bringe das Gespräch auf eine Sachebene. Achte darauf, den Fokus in der öffentlichen Debatte auf das Thema zu konzentrieren, und möglichst weg von den beteiligten Personen.

Eventuell kann es besser sein, auf Privatenachrichten auszuweichen, sowohl um emotionale Unterstützung für die betroffene Person zu leisten; als auch um die Person aufzuklären, die den Fehler gemacht hat. Um beide nicht dem öffentlichen Druck auszusetzen. So kommt man manchmal auch schneller zu einer Verantwortungsübernahme und Bitte um Verzeihung gegenüber der betroffenen Person.

Eventuell ist das Thema zu komplex und sprengt den Rahmen, den eine Kommentarspalte hergibt. Erstelle gegebenenfalls ein eigenes, aufklärendes Posting zu dem Thema. Wenn Du dafür gerade keine Zeit hast, weise die Community darauf hin, dass Du das Thema auf die Themenwünsche-Liste packst und dazu zeitnah etwas erarbeiten wirst.

Vielleicht möchte ja sogar die betroffene Person daran mitarbeiten (bitte dränge sie nicht dazu!). Oder Du hast in der Community oder in Deinem Netzwerk Expert\*innen, die sich daran beteiligen möchten. Wir würden eher nicht empfehlen, die beteiligten Personen darin zu vertaggen. Halte die beteiligten Personen aber auf dem laufenden, was den Fortschritt des Postings angeht.

**Siehe auch**

→ **Kapitel 6.5.** *Call Out? Oder Call In?* S. 196



## Bereite Dich auf typische Konfliktsituationen vor

Im folgenden erklären wir einige typische Konflikte und Muster, die regelmäßig im Zusammenhang mit Diskriminierung vorkommen, und worauf man beim Umgang damit achten kann. Wichtig ist dabei, dass Du Dich in diesem Moment wirklich in eine Haltung der Bildungsarbeit begibst. Das heißt, Dich wirklich auf Dein Gegenüber einzulassen und es dort abzuholen, wo es steht. Wenn Du selbst zu sauer oder emotional berührt bist, ist das nicht möglich.

### Missverständnisse um Wort-Definitionen aufklären

Viele Konflikte im Online eskalieren, weil Menschen ein völlig unterschiedliches Verständnis davon haben, was mit einem Begriff gemeint ist. Oftmals steckt dahinter ein mangelndes Grundwissen über Themen, die im Netz in einigen Blasen sehr viel diskutiert werden. So viel, dass manche Menschen denken, man könne dieses Wissen als Grundwissen voraussetzen. Sie können dann oft nicht verstehen, dass das nur innerhalb ihrer Filterblase zutrifft. Ohne dieses Basis-Grundwissen werden jedoch auch aufklärende Kommentare oder verlinkte Inhalte völlig fehlinterpretiert.

Das ist auch eine Frage von unterschiedlichen Zugängen zu Informationen und Wissen. Menschen, die in ihrem Leben Bildungsbenachteiligung erlebt haben, reagieren eventuell extrem sensibel auf den Hinweis, dass sie eine Wissenslücke haben. Auch deshalb ist es entscheidend, auf welche Weise auf fehlende Informationen hingewiesen wird.

### Tipps:

Lebe vor, dass es normal ist und dazu gehört, Dinge nicht zu wissen oder Fehler zu machen. Benutze „wir“-Formulierungen. Bestärke die Gefühle Deines Gegenübers und verbinde Dich auf einer persönlichen Ebene – auch und gerade dann, wenn du auf faktischer Ebene widersprichst. Sei nahbar und spreche auf Augenhöhe ohne erhobenen Zeigefinger. Sprich einfach und verständlich. Verlinke gegebenenfalls auf externe Ressourcen, die etwas erklären.





Wenn möglich, sprich über Dich, Dein eigenes Unwissen bei einem Thema und Deine eigenen Fehler und Learnings der Vergangenheit. Betone, dass es normal ist, manche Dinge nicht zu wissen. Und dass das extrem davon abhängt, in welchen Kreisen und Online Bubbles man sich bewegt hat – und wo man vielleicht auch keinen Zugang hatte.

#### Beispiel 1: „Umgedrehter Rassismus“

Zwei Personen streiten sich unter einem Posting aufgebracht, ob es Rassismus gegen *weiße* Menschen gibt.

Möglicher Hintergrund:

Person A hat sich noch nicht tiefergehend mit Rassismus beschäftigt und benutzt eine alltägliche Definition dieses Begriffes. Sie geht davon aus, „Rassismus“ bedeutet, dass jemand eine andere Person aufgrund von ihrer Hautfarbe gezielt angreift. „Rassist\*innen“ sind für sie nur Rechtsradikale, die Menschen attackieren oder ihre Wohnhäuser absichtlich in Brand stecken. Sie denkt, dass es auch gegen *weiße* Menschen Rassismus geben kann und führt als Beispiel an, dass ein *weißes* Kind in einer Schulklasse als Kartoffel beschimpft wird.

Person B hat sich ausgiebig mit Rassismus beschäftigt. Sie versteht unter Rassismus eine Diskriminierungsform, die aus dem Kolonialismus und der pseudowissenschaftlichen „Rassenlehre“ dieser Zeit stammt. Und die aus historischen Gründen noch heute unsere Gesellschaft auf allen Ebenen durchzieht. Rassismus kann bewusst oder unbewusst stattfinden und aufgrund von unterschiedlichen Merkmalen, wie z.B. Hautfarbe, andere ethnische Merkmale, religiöse Symbole, und mehr. Person B ist sauer, dass Person A immer noch nicht verstanden hat, dass es keinen Rassismus gegen *weiße* Menschen gibt und hat keine Lust mehr, das zu erklären.



Hier kann es hilfreich sein, darauf aufmerksam zu machen, dass beide Personen den Begriff unterschiedlich verwenden und beiden zu erklären, was die andere Person darunter versteht.

Es kann unterstützend wirken, das Beispiel von Person A aufzugreifen und darauf hinzuweisen, dass auch *weiße* Kinder natürlich beleidigt, bedroht oder gemobbt werden können. Und dass das auch mit ihren äußerlichen Merkmalen begründet werden kann. Dass es verschiedene Formen von Gewalt gibt und dass das Verhalten natürlich gewaltvoll und nicht in Ordnung ist. Dass dieser Vorfall aber nach der genaueren Definition des Begriffs kein „Rassismus“ ist, weil dieser Begriff sich auf etwas anderes bezieht.

Formulierungsvorschlag:

*„Liebe\*r (User B), ich glaube, (User A) und du, ihr bezieht Euch auf sehr unterschiedliche Definitionen des Wortes „Rassismus“. Natürlich können auch weiße Kinder beleidigt oder gemobbt werden und das ist natürlich nicht in Ordnung. (User A) meint mit „Rassismus“ aber, denke ich, etwas sehr bestimmtes, das auf dein Beispiel nicht zutrifft: nämlich die Folgen des Kolonialismus, in dem weiße Menschen Schwarze Menschen und People of Color unterdrückt und ausgebeutet haben, was bis heute Folgen für die Betroffenen hat. Davon sind weiße Menschen eben nicht betroffen. Ich hoffe, ich habe es geschafft, das so auszudrücken, das es verständlicher ist. Wenn nicht, kannst du gerne jederzeit nachfragen, wie ich das meine.“*

Auf ähnliche Weise lassen sich auch (vermeintlicher) Sexismus gegen Männer und vergleichbare Argumentationen erklären.

**Siehe auch Workbook Teil 5 (Content Creation):  
→ Kapitel 4.2. Was ist Diskriminierung? Was ist Bias?**

Beispiel 2: Implicit Bias: „Ich bin nicht sexistisch“

Person A hat Person B darauf hingewiesen, dass eine ihrer Aussagen sexistisch ist. Person B verteidigt sich und sagt, sie sei nicht sexistisch.

Möglicher Hintergrund:

Person A hat sich viel mit Sexismus beschäftigt und meint nicht unbedingt, dass Person B gezielt und absichtlich sexistisch ist. Sondern dass Person B sich möglicherweise unbewusst diskriminierend verhält, weil sie implizite Biases hat. Auf diese möchte sie Person B hinweisen, damit Person B den eigenen Sexismus lernen kann. Vermutlich beschäftigt sich Person A auch intensiv mit eigenen sexistischen Biases.

Person B hat sich nicht tiefergehend mit Sexismus beschäftigt und weiß nicht, dass es möglich ist, unbewusst sexistisch zu sein. Sie fühlt sich durch die Aussage in eine Ecke gestellt, die sie eigentlich ablehnt, da sie von sich nicht denkt, dass sie sexistisch ist. Und sie möchte sich verteidigen. Denn sie ist für Gleichberechtigung zwischen den Geschlechtern.

Hier kann es hilfreich sein, Person B darauf hinzuweisen, dass Person A wahrscheinlich nicht sagen wollte, dass Person B überzeugt oder absichtlich etwas Sexistisches gesagt hat. Im Anschluss kann man eine Anekdote erzählen, wie man selbst früher auch nicht wusste, dass etwas, was man selbst gemacht hat, sexistisch war. Und wie man es durch einen Hinweis jetzt anders sieht. Vielleicht kennt Person B das ja aus eigener Erfahrung, dass sie über ein Thema mittlerweile anders denkt?

Man kann auch anbieten, das Thema per Privatnachricht zu erklären.

**Siehe auch**

→ **Kapitel 6.5.** Call Out? Oder Call In? S. 196



Formulierungsvorschlag:

*„Liebe\*r (User B), ich denke nicht, dass (User A) sagen wollte, dass du absichtlich sexistisch warst. Wir Alle sind ja in einer Kultur aufgewachsen, wo es bestimmte Vorurteile über Männer und Frauen gibt, die die meisten von uns glauben. Die aber nicht unbedingt richtig sind. Ich selbst habe zum Beispiel früher gedacht dass (...). Dann hatte mich jemand darauf hingewiesen, dass das nicht stimmt und ich hab gemerkt, dass ich mich getäuscht hatte. Vielleicht kennst du solche Situationen auch. Ich glaube, (User A) wollte dich nur auf etwas hinweisen, worüber du vielleicht noch nie nachgedacht hast. Und dir nicht unterstellen, dass du gegen Gleichberechtigung bist. Ich denke, ich ver-stehe, was (User A) meint. Wenn du möchtest, erkläre ich es dir das auch gerne in einer PN.“*

Bei manchen Nutzer\*innen, insbesondere solchen mit wissenschaftlicher Vorbildung in bestimmten Fächern, kann es auch sinnvoll sein, implizite Biases fachlich zu erklären. Manchen ist das Prinzip Cognitive Bias vielleicht noch aus dem Studium vertraut. Manche Menschen wissen, dass es verschiedene kognitive Biases gibt, die die eigene Wahrnehmung und Einschätzung beeinflussen können. Jedoch ist den meisten nicht bekannt, dass auch Rassismus, Sexismus und andere Formen der Diskriminierung u.a. auf kognitiven Biases beruhen können.

#### Beispiel 3: „Ich darf keine Meinung haben“

Person A ist selbst behindert und wütend, weil Person B etwas gesagt hat, was für viele behinderte Menschen verletzend ist. Person A sagt zu Person B, dass sie als nicht behinderte Person dazu nichts sagen soll.

Person B ist sauer, dass sie zu dem Thema angeblich keine Meinung haben darf und beharrt auf ihr Recht, eine Meinung zu haben und sich zu äußern.

**Siehe auch Workbook Teil 5 (Content Creation):  
→ Kapitel 4.2. Was ist Diskriminierung? Was ist Bias?**



#### Möglicher Hintergrund:

Die neue Rechte hat recht erfolgreich geschafft, ein Narrativ zu verbreiten, dass man „nix mehr sagen darf“. Viele Menschen sind sich nicht darüber bewusst, warum diese Erzählung so weit verbreitet ist und denken auch nicht darüber nach, ob das so stimmt. Situationen dieser Art interpretieren sie als Bestätigung, dass diese Erzählung tatsächlich stimmt.

Hier kann es zum einen hilfreich sein, zu betonen, dass Person B natürlich ein Recht hat, ihre Meinung zu haben. Dass aber Person A dieses Recht natürlich auch hat und auch widersprechen darf. Zum anderen kann es hilfreich sein, zu erklären, dass es in diesem Fall ja nicht darum geht, ob Person B die eigene Meinung sagen darf. Sondern darum, was sie eigentlich aus eigener Erfahrung wissen kann oder was nicht. Man darf natürlich zu allem etwas sagen. Aber manchmal kann man ein Thema nicht gut beurteilen und sagt dann unabsichtlich vielleicht unreflektierte oder sogar verletzende Dinge.

#### Formulierungsvorschlag:

*„Liebe\*r (User A), ich glaube nicht, dass (User B) sagen wollte, dass du keine Meinung haben oder äußern darfst. Du darfst natürlich zu allem eine Meinung haben und etwas sagen. Aber manchmal erleben wir Situationen sehr anders, als jemand der etwas schon selbst erlebt hat. Wenn du, so wie ich, selbst keine Behinderung hast, wegen der du einen Rollstuhl benutzt, dann kannst du ja zum Beispiel nicht wissen, wie es ist, im Alltag einen Rollstuhl zu benutzen oder wegen des Rollstuhls beleidigt zu werden. Und es kann für Betroffene verletzend sein, wenn Menschen, die etwas selbst nie erlebt haben, ihre Meinung äußern, was sie darüber denken. Du hast das bestimmt nicht beabsichtigt, aber ich habe den Eindruck, dass das, was du gesagt hast für (User A) verletzend war. (User A) hat versucht, hier eine eigene Erfahrung aus seiner Perspektive mitzuteilen und auch (User A) hat Meinungsfreiheit und darf das sagen. Ich möchte dich ermutigen, diese Erfahrung einfach mal für sich stehen zu lassen. Du darfst natürlich gerne ebenfalls deine eigenen Themen und Erfahrungen teilen. Aber ich bitte dich, eine Erfahrung, die du nie gemacht hast, nicht zu bewerten oder beurteilen.“*

Beispiel 4: „Aber ich bin doch auch betroffen!“

Die Situation ist im Prinzip wie in Beispiel 3: Person A ist verletzt, weil jemand ihre Erfahrung abgesprochen oder bewertet hat. Sie hat Person B „privilegiert“ genannt.

Person B ist sauer, dass sie keine Meinung äußern soll, weil sie ja selber von Diskriminierung betroffen ist und eben nicht „privilegiert“. Sie hätte selbst auch schon Diskriminierung erlebt und sie kennt das selbst.

Möglicher Hintergrund:

Person B hat möglicherweise nicht verstanden, was mit „Privilegien“ gemeint ist. Wenn man darauf hingewiesen wird, dass man von einer Art von Diskriminierung nicht betroffen ist, dann heißt das nicht, dass man im eigenen Leben noch nie irgendeine Diskriminierung erlebt hat. Oder dass man noch nie irgendwelche anderen Probleme hatte. Oder dass man immer in jeder Hinsicht nur privilegiert war und ist. Es heißt nur, dass man nicht wissen kannst, wie sich bestimmte Erfahrungen anfühlen, weil man sie nicht erlebt haben kann. Sogar Menschen, die von der gleichen Form von Diskriminierung betroffen sind, machen unterschiedliche Erfahrungen: Asian Menschen sind anderen rassistischen Vorurteilen ausgesetzt als Schwarze Menschen. Autistische Menschen erleben andere Arten von Ableismus als Rollstuhlfahrer\*innen. Und so weiter ... Wie man diese Erfahrungen jeweils verarbeitet, ist auch individuell sehr verschieden und hängt von vielen anderen Faktoren ab. Niemand kann für eine Erfahrung einer anderen Person sprechen.

Formulierungsvorschlag:

*„Hallo (User B), ich glaube, es gibt hier ein Missverständnis. Ich denke (User A) meint nicht, dass du in jeder Hinsicht privilegiert bist, noch nie Diskriminierung erlebt hast oder noch nie Probleme in deinem Leben hattest. Ich denke, es geht hier darum, dass du selbst nicht von Rassismus betroffen bist. Und auch wenn du bestimmte Dinge wahrscheinlich nachvollziehen kannst wegen deiner eigenen Diskriminierungs-Erfahrungen aufgrund der Krankheit, kannst du anderes vielleicht nicht so gut nachvollziehen. Ich möchte dich gerne ermutigen, das Gesagte nicht auf dich persönlich zu beziehen und offen zuzuhören. Wir können von (User A) bestimmt einiges über unsere Gesellschaft lernen, wenn wir offen sind, das zu hören.“*



## „Nur in Absprache mit der betroffenen Person“



@Sandy (sie/ihr)

...

Es ist wichtig, selbstreflektiert zu sein und sich zu denken: Ich habe ja auch in den letzten Jahren dazu gelernt. Also vor 10 Jahren hatte ich noch problematischere Ansichten, einfach aus Unwissen. Und ich hab vielleicht dumme Kommentare in irgendwelchen Kommentarspalten abgelassen, und auch dadurch selbst dazugelernt. Manchmal ist es gut sich zu denken und zu sagen: Hey, diese Leute können auch dazulernen. Nicht jeder ist so krass ideologisch unterwegs oder hat eine felsenfeste Meinung und ist so starrköpfig, dass er sich nicht umstimmen lässt. Sondern viele sind ja auch schlecht informiert und dann ist das oft auch emotional aufgeladen aus irgendwelchen Gründen.



@Anna (sie/ihr)

...

Ich denke, das ist wichtig, dass man immer wieder auffordert, die Admins zu vertaggen oder eine Nachricht zu senden und zu signalisieren: Wir sind ansprechbar. Das sollte man immer wieder posten, dass man uns ansprechen darf und auch soll, wenn es irgendwo auch nur annähernd brenzlich wird. Man hat ja auch die Verantwortung Anderen gegenüber, die das lesen und möchte nicht, dass dafür eine Plattform geboten wird.

Aber man bekommt nicht unbedingt alles sofort mit. Klar kümmer ich mich, wenn ich was sehe, aber ich jag jetzt auch nicht gezielt nach Problemen. Dosierte Intervention ist wichtig. Man könnte zu wirklich vielen Kommentaren etwas sagen. Aber man muss auch eine Balance finden, weil man kann das nicht immer schaffen.

Aber wenn man auf etwas hingewiesen wird, sollte man auf jeden Fall reagieren. Und wenn man sich nicht sicher ist, was genau das Problem ist, vielleicht weil man da selbst eine Bildungslücke hat, dann kann es auch schlauer sein, dass man einfach erstmal eine Grenze setzt und das verbirgt. Und das dann in Ruhe bespricht. Wenn es dann doch bloß ein Missverständnis war, kann man das Verbergen auch immer noch rückgängig machen.“



**@Özge** (sie/ihr)

...

Awareness Personen sind wichtig. Auch wenn man sie dann vielleicht gar nicht braucht: Einfach zu wissen: sie sind da. Das stärkt das System teilweise so sehr, dass sie dann gar nicht gebraucht werden. Und das sendet auch ein Signal, dass die Organisation ansprechbar ist. Wobei auch klar sein muss, was man leisten kann und was nicht. Nur wenn man die eigenen Kompetenzen und Grenzen klar hat, kann man das auch gut machen und wird man Menschen gerecht, die einen ansprechen.

**@Sofia** (sie/ihr)

...

Ich denke das Wichtigste ist, dass man das echt betroffenenzentriert macht. Also immer nur in Absprache mit der betroffenen Person. Und nicht einfach ein Fass aufmacht, wenn die das gar nicht möchte. Vielleicht reicht es, mal zu fragen, wie es der Person geht. Kann man ihr überhaupt helfen und wenn ja: Was braucht die betroffene Person für Hilfe? Dabei auch ganz klar eigene Grenzen aufzeigen – man ist ja keine Psychologin oder so. Und auch mal weiterverweisen an eine Beratungsstelle, wenn das mit Zuhören und Bestärken nicht zu lösen ist.

**@Uli** (ohne)

...

Wenn man mit einer Person umgeht, die unbewusst jemanden diskriminiert hat, und das glaubhaft ist, dass die Person das wirklich nicht beabsichtigt hat. Dann würde ich in PN gehen und versuchen, ihr das zu erklären. Dabei wenn möglich sehr freundlich bleiben. Also kein erhobener Zeigefinger. Und "belehrende" Sprache vermeiden. Gemeinsamkeiten betonen und Perspektivwechsel anregen. Dabei kann man auf Posts von User\*innen verweisen, die eine Sache bereits gut erklärt haben. Wenn die Person das Problem versteht, und sich korrigieren möchte, ist es gut, wenn sie den Kommentar nicht einfach editiert, sondern auch sichtbar macht, dass es da eine Lernerfahrung gab. Also sie kann dazu schreiben: "Edit: Ich habe hier folgendes korrigiert: ... Danke für den Hinweis.". Damit macht man die kostenlose Bildungsarbeit sichtbar, die Betroffene oft machen.





**@Azra** (sie/ihr)

...

Awareness hat ja verschiedene Ebenen. Sich bewusst zu sein, über Machtverhältnisse, daraus kann man viele Konsequenzen ziehen. Das kann zum Beispiel heißen, dass man Stimmen auf dem Kanal empowert. Oft ist ja die Dynamik so, dass zum Beispiel unter einem Artikel zum Thema Rassismus ganz viele *weiße* Menschen kommentieren. Und dann geben die ersten, die was schreiben, dem Gespräch schon eine Tendenz und Richtung. Man kann zum Beispiel sagen, erstmal dürfen nur von Rassismus betroffene Menschen das jetzt kommentieren. Für zwei oder drei Tage. Und wenn die das geschrieben haben, was ihnen wichtig ist, dürfen die Anderen erst. Weil sonst gehen diese Stimmen einfach schnell unter, weil sie in der Minderheit sind. Damit sorgt man dafür, dass die Posts nicht von Menschen vereinnahmt werden, die selbst diese Erfahrung gar nicht gemacht haben.“

**@Jennifer** (sie/ihr)

...

Wir haben gemerkt, wir haben nicht die Qualifikation dazu, diese Menschen emotional gut zu unterstützen. Da geht es nicht um etwas, was wir durch Moderation lösen können. Auch nicht wirklich um irgendwas, was mit unserem Kanal zu tun hat. Bei der Menge an sozial belasteten Personen, die bei uns ankommen, braucht das etwas anderes. Sowas darf nicht am Community Management hängen bleiben. Wir haben da eine Rückmeldung an den Träger gegeben. Die müssen dafür sorgen, dass qualifiziertes Beratungspersonal auch online ansprechbar ist. Da gibt es einen Bedarf, der nicht gedeckt wird. Die müssen da etwas aufsetzen. Von Digital Streetwork haben wir ihnen als Ansatz auch erzählt.



**@Malik** (er/ihm)

...

Awareness heißt vor allem auch, dass ich mir bewusst mache, dass ich selbst auch unbewusste Vorurteile und Wissenslücken habe. Wenn Kritik an mich kommt, erstmal nicht direkt zu widersprechen und erstmal innehalten und reflektieren. Sich dafür auch echt die Zeit zu nehmen und erstmal eher mit einer Haltung reagieren: Oh, das tut mir leid, das wollte ich nicht. Danke für den Hinweis. Ich verstehe das gerade noch nicht so gut. Aber ich setze mich damit auseinander, bevor ich darauf antworte und vielleicht noch etwas Unangemessenes sage.

**@Junis** (dem/dem / ohne)

...

Ich hab der Person ein paar Sachen in einer Privatnachricht erklärt, und danach war sie so: Ok, krass, das war ja voll heftig verletzend, was ich gesagt hab. Sie hätte das irgendwie so gar nicht gedacht. Und hat sich dann öffentlich bei der anderen Person entschuldigt. Und ich dachte so, Strike! Weil ich glaube, das wäre nicht möglich gewesen, wenn das nicht einfach unter 4 Augen in einer privaten Nachricht abgelaufen wäre. Weil da konnte ich ihr halt auch Nachfragen beantworten, wo ich glaube, das hätte sie sich öffentlich nicht getraut zu fragen. Und die betroffene Person, die vorher gedacht hatte, dass die einfach voll transfeindlich ist und einfach gar nicht motiviert, sich zu reflektieren, war voll überrascht, dass ernst gemeinte Entschuldigungen kamen - und hat sich echt gefreut.



# Beschwerden und Kritik



## ***„Dann muss man aufpassen, dass man nicht in eine Verteidigungshaltung kommt“***



@Verena (sie/ihr)

...

Wenn es um Beschwerden geht, finde ich manchmal schwierig zu unterscheiden, worum es gerade wirklich geht und wie berechtigt das eigentlich ist. Es gibt natürlich berechtigte Kritik an uns, wenn Leute unsere Postings als unpassend kritisieren oder so. Aber manchmal geht es eigentlich um ganz andere Themen, die mit uns gar nichts zu tun haben. Menschen sind getriggert und dann werden Dinge da rausgeblubbert, die da vielleicht gar nicht hinpassen. Und dann gibt es von manchen Leuten aber die Erwartungshaltung, dass wir das jetzt für die lösen oder denen endlos zuhören, wie sie über Gott und die Welt motzen, oder so. Dass man dafür jetzt unsere Zeit selbstverständlich beanspruchen darf. Aber wir haben für sowas keine Zeit. Wir sind ja keine Sozialberatung. Dann muss man aufpassen, dass man nicht in eine Verteidigungshaltung kommt.



@Carola (sie/ihr)

...

Wir haben als kirchliche Einrichtung immer wieder Kommentare auf unseren Kanälen, die allgemeine Kritik an der Kirche auf total destruktive Art und Weise an uns richten. Wir können die Kritik teilweise nachvollziehen und manchmal ist sie auch berechtigt. Manche Menschen haben schlimme Erfahrungen gemacht und es ist verständlich, dass sie einen Ort suchen, wo sie das adressieren können. Aber wir werden dabei persönlich angegriffen und beleidigt. Und dabei sind wir überhaupt nicht die richtige Anlaufstelle für diese Kritik. Es gibt Stellen in der Kirche, wo solche Fälle bearbeitet werden, aber unsere Arbeit ist ja etwas ganz anderes.“





@Janne (sie/ihr)

...

Wir haben ja alle irgendwelche Wahrnehmungslücken, wenn es um Diskriminierung geht. Und klar passiert das manchmal, dass man etwas postet, wo man dann darauf hingewiesen wird, dass das nicht in Ordnung ist, das so zu posten. Und dann bemühen wir uns ja auch, das zu verstehen und uns zu entschuldigen und das zu korrigieren. Aber ich hab die Sorge, was passiert, wenn gerade zu viele andere Sachen zu tun sind und wir übersehen etwas. In sozialen Medien kochen manchmal Sachen innerhalb von kürzester Zeit hoch. Wenn das jemand mit viel Reichweite geteilt hat und dann springt dessen Community da drauf. Und dann gibt es die Erwartung, dass wir da ganz schnell reagieren. Und das verstehe ich auch, weil schädliche Aussagen sollten nicht einfach stehen bleiben. Aber das können wir dann vielleicht gar nicht leisten auf die Schnelle: Man versteht vielleicht erstmal gar nicht, welchen Fehler man gemacht hat und weiß nicht, wen man fragen soll. Wer das erklären kann. Und derweil muss man ja noch einen Artikel fertig schreiben und mit der Geschäftsführung sprechen und jemand will etwas wegen dem Flyer und dann ist Teamsitzung und so weiter. Man müsste eigentlich immer so planen, dass man notfalls auf so etwas reagieren kann und auch ein Budget dafür haben, dass man dann notfalls jemand kurz bezahlen kann, der Ahnung hat, damit der das erklärt. Aber so ist das ja nicht. Irgendwie ist das in der Organisation nicht klar, wie schnell ein dummer Fehler auch den Ruf beschädigen kann, wenn man nicht klare Abläufe hat, wie man mit sowas dann gut umgeht und schnell reagiert und den Fehler korrigiert.





## 3.7. Umgang mit Kritik an eigenem, diskriminierendem Fehlverhalten

### Bleibe ruhig, wenn Du kritisiert wirst

Vermutlich bist Du erstmal sehr nervös. Du hast Sorge, dass die Kommentarspalten gleich explodieren. Vielleicht verstehst Du nicht, was Du falsch gemacht hast. Vielleicht möchtest Du Dich verteidigen. Stell Dich darauf ein, dass auch Du wahrscheinlich innerlich mit Abwehr reagierst, wenn Du auf Diskriminierung hingewiesen wirst. Du willst nicht diskriminierend sein und Du bemühst Dich doch, tolerant und offen zu sein.

Wir alle haben unbewusste Vorurteile und Wahrnehmungslücken (Biases) über marginalisierte Gruppen, die dazu führen können, dass wir unbewusst Aussagen über diese Gruppen machen. Wir alle haben Verhaltensweisen gelernt, die dazu führen, dass wir uns in einer Weise verhalten, die diskriminierend oder verletzend sein kann.

Machen Dich Deine Follower\*innen auf eine von Dir getätigte Aussage aufmerksam und teilen Dir mit, dass diese Aussage diskriminierend oder herabsetzend ist, atme erst mal tief durch. Wir haben Alle unbewusste Vorurteile und es passiert uns Allen, dass wir das nicht merken. Schalt einen Gang runter, mach erstmal gar nichts und höre bitte einfach erstmal zu. Geh mit gutem Vorbild voran. Lebe gute Fehlerkultur vor.

**Siehe auch Workbook Teil 1 (Schutzkonzepte):**  
→ **Kapitel 3.8. Fehlerkultur und 3.9. Verantwortungsübernahme**

**Siehe auch Workbook Teil 5 (Content Creation):**  
→ **Kapitel 4.2. Was ist Diskriminierung? Was ist Bias?**



## Informiere Dich eigenverantwortlich zu dem Thema.

Informiere Dich bitte, wenn möglich, selbstständig zu dem Thema und nutze vorhandene, öffentliche Quellen.

Bitte gegebenenfalls andere Menschen (die nicht betroffen sind) um Stichworte, nach denen Du googlen kannst oder um Links zu bekannten Ressourcen. Möglicherweise hat auch jemand Zeit und Kraft, Dir das Problem zu erklären.

Bedanke Dich für die Zeit und Kraft, die Menschen investieren, um Dir etwas zu erklären. Niemand ist Dir schuldig, Dir Deine eigenen ...-istischen Verhaltensweisen zu erklären. Das ist kostenlose Bildungsarbeit, die Menschen leisten – erkenne das an und drücke Wertschätzung dafür aus. Auch dann, wenn Menschen das nicht perfekt erklären können. Die wenigsten Menschen arbeiten in der Bildungsarbeit und sind didaktisch bewandert. Es ist vor allem nicht Aufgabe einer betroffenen Person, die gerade verletzt wurde und der es gerade schlecht geht, Dich über die Diskriminierung aufzuklären, die sie tagtäglich erleben muss. Das kostet Betroffene sehr viel Zeit und Kraft.

Bitte dränge deshalb die betroffene Person nicht dazu, sich zu erklären. Sie muss das Problem unter Umständen in ihrem Alltag sehr oft erklären. Vielleicht hat sie dafür gerade keine Ressourcen. Vielleicht ist sie gerade zu verletzt oder erschöpft oder braucht einfach etwas anderes. Betroffene haben das Recht, Menschen darauf aufmerksam zu machen, wenn sie verletzt wurden, ohne weitere Kraft dafür aufwenden zu müssen, sich zu erklären.

Mach Dir bewusst, dass es vielleicht auch nicht der beste Weg ist, an Wissen zu kommen, betroffene Menschen oder Deine Community auszuquetschen. Menschen, die professionell Antidiskriminierungs-Arbeit machen, sind gewohnt, die Probleme zu erklären. Sie können das kürzer, verständlicher und weniger emotional auf den Punkt bringen, als Laien. Als Organisation ist es sinnvoller Sinn, dieses Szenario vorzubereiten. Und Kontakte und ein Budget bereitzuhalten für den Fall, dass Ihr als Social Media Team Fehler



begeht, und auf dem Kanal z.B. Rassismus, Antisemitismus, Behindertenfeindlichkeit, etc. reproduziert. Dann kann das Problem vielleicht mit einem kurzen Anruf bei einer fachlich qualifizierten Person geklärt und das Posting schnell korrigiert werden. Und das, bevor weitere Eskalationen in der Online Community Euer aller Zeit fressen, das Image der Organisation gefährden und vor allem: weitere Betroffene verletzen und belasten.

## Verantwortung übernehmen und aus dem Vorfall lernen

Wenn Du verstanden hast, warum Deine Aussage problematisch oder verletzend war, bitte betroffene Personen um Verzeihung. Eine gute Entschuldigung enthält keine Erklärung oder Rechtfertigung für Dein Verhalten. Sondern vor allem eine Einsicht, dass Du verstehst, warum das Verhalten diskriminierend war. Dass es unachtsam von Dir war, so etwas zu sagen oder tun. Und dass Du Dir in Zukunft Mühe geben willst, es anders zu machen.

Außerdem solltest Du natürlich den betreffenden Post richtigstellen und Verantwortung für eventuell entstandene Schäden übernehmen. Denke dabei auch daran, dass Diskriminierung immer mehrere Menschen als Gruppe betrifft – bitte daher auch mögliche andere betroffene Mitlesende um Verzeihung.

Im Anschluss kannst Du auch öffentlich darstellen, was Du gelernt hast. Damit können auch andere Mitlesende, die sich mit dem Thema nicht auskennen, daraus etwas lernen. Du kannst auch auf externe Links, Ressourcen und Quellen zu dem Thema verweisen.

Und falls Du wirklich nicht verstehst, was das Problem ist: Nimm Dir Zeit, herauszufinden was los ist – aber bleib dran. Informiere die Community, dass Du noch am Lesen und Informationen suchen bist, und dass Du noch etwas dazu posten wirst. Sag, dass es Dir wichtig ist, Dich zu reflektieren und zu korrigieren. Bedanke Dich für Hinweise.

Es ist leider unvermeidbar, in sozialen Medien solche Fehler zu machen. Viel wichtiger ist, dazu zu stehen und Verantwortung dafür zu übernehmen. Gehe transparent mit Fehlern um. Wir alle sind Menschen - diese Fehler passieren!

**Siehe auch *Workbook Teil 1* (Schutzkonzepte):**  
**→ Kapitel 3.8. Fehlerkultur und 3.9. Verantwortungsübernahme**





## 3.8. Beschwerdemanagement in der Online Community

### Wenn Kritik an Dir und Deiner NGO in der Kommentarspalte kommt

- Atme durch! Bei kritischen Posts, lieber erstmal in Ruhe einen Kaffee trinken und später nochmal dransetzen.
- Vorsicht: Online-Enthemmungseffekt! In sozialen Medien eskalieren Konflikte schneller. Auch Deine Reaktion ist möglicherweise davon beeinflusst. Versuche evtl. nochmal, die Nachrichten anders zu interpretieren, als Dein erster Impuls sagt. Vor allem Ironie, Smileys und Humor werden in sozialen Medien besonders oft missverstanden.
- Empathisch kommunizieren: Welches Gefühl treibt den\*die User\*in an? Was wünscht sich die Person? Worum geht es ihr im Kern? Selbst bei Menschen, die sehr konfuse Dinge schreiben, gibt es vielleicht einen tieferliegenden Grund.
- Wenn ein Beschwerdemanagement-Ablauf vorhanden ist, informiere die Person, wo sie ihr Feedback strukturiert abgeben kann. Ein klarer Prozess erleichtert auch für Dich und Deine Kolleg\*innen den Umgang.



## Beschwerdemanagement für den Kanal

Die Vorurteile und Wichtigkeit von Beschwerdemanagement allgemein haben wir bereits beschrieben. Ein funktionierendes Beschwerdemanagement innerhalb der Organisation ist eine Vorbedingung dafür, dass Beschwerdemanagement auf den Online-Kanälen funktionieren kann. Denn es nützt niemandem etwas, wenn Du den Prozess des Erfassens von Beschwerden verbesserst, diese dann aber auf Deinem Schreibtisch versanden, ohne an die Verantwortlichen in der Organisation weitergeleitet zu werden.

Unabhängig von Deiner Organisation kannst Du nur Feedback, Kritik und Beschwerden zum Kanal selbst einholen. Auch dabei wirst Du jedoch an Grenzen stoßen, da Du nicht jedes benannte Problem beheben kannst, ohne mit der Leitungsebene Gespräche über Ressourcen, Kapazitäten und Budgets zu führen. Die Bearbeitung von Beschwerden erfordert Zeit und Ressourcen von den Community-Moderator\*innen.

Ein effektives Beschwerdemanagement für die Online Community hat folgende Vorteile:

- Ein strukturiertes Beschwerdemanagement ermöglicht die schnelle und effektive Lösung von Konflikten innerhalb der Community, bevor sie sich ausweiten können.
- Beschwerden können wertvolles Feedback liefern, das dazu genutzt werden kann, die Community-Regeln, Moderationsrichtlinien oder andere Aspekte zu verbessern.
- Durch die frühzeitige Bearbeitung von Beschwerden können problematische Themen und Situationen früh erkannt und größere, eskalierende Konflikte vermieden werden.
- Ein transparentes Beschwerdemanagement baut Vertrauen auf, da es zeigt, dass die Community-Verantwortlichen auf die Anliegen der Mitglieder eingehen und proaktiv an Lösungen arbeiten.



Beschwerdemanagement kann von einigen Mitgliedern missbraucht werden, um andere zu schädigen oder absichtlich falsche Beschwerden zu erstatten. Allerdings erscheint uns das als das kleinere Risiko im Vergleich dazu, dass dieselben Situationen in den Kommentarspalten eskalieren. Über einen klaren Prozess wird der Aufwand überschaubarer.

Die Community Manager\*innen sollten die Beschwerden sichten und um festzustellen, ob es sich um relevante und legitime Anliegen handelt. Sie sollten die Beschwerden nach Art und Schweregrad kategorisieren, um die Dringlichkeit und den Handlungsbedarf zu bestimmen und die Beschwerden zu priorisieren.

Benutze nach Möglichkeit Automatisierung, um den Moderationsaufwand zu reduzieren. Eine Lösung könnte beispielsweise ein Formular sein, das auf der Website der Organisation ausgefüllt werden kann und automatisch eine E-mail versendet, die Du dann an zuständige Kolleg\*innen weiterleiten kannst. Sollte es zum Missbrauch der Funktion kommen, können die E-mails z.B. automatisch in einen Ordner gefiltert werden, so dass sie den sonstigen Moderationsprozess nicht beeinträchtigen. Denke daran, die Möglichkeit einer anonymen Beschwerde einzuräumen.

Wichtig ist, das Vertrauen der Community in das Beschwerdemanagement zu stärken: Gib Rückmeldungen und Updates, was der Stand der Bearbeitung ist. Und hole auch von den zuständigen Kolleg\*innen entsprechende Rückmeldungen ein. Es ist dafür wichtig, eine verantwortliche Person für jede Beschwerde zu benennen, die für die Koordination der Maßnahmen und die Kommunikation zuständig ist. Damit die Verantwortung nicht diffundiert.

Überprüfe regelmäßig, ob der Ablauf funktioniert und überarbeite ihn gegebenenfalls. So stellst Du sicher, dass er den sich ändernden Bedürfnissen der Community und der Organisation gerecht wird. Ein gut strukturierter Ablauf gewährleistet nicht nur eine effiziente Bearbeitung von Beschwerden. Er zeigt auch, dass die Organisation diese ernst nimmt und proaktiv daran arbeitet, Probleme zu lösen.

**Siehe auch *Workbook Teil 1* (Schutzkonzepte):  
→ Kapitel 3.10. Beschwerdemanagement**



## Um Verzeihung bitten

### Kontext:

- Man hat selbst einen Fehler gemacht und wurde darauf hingewiesen.

### Vorgehen:

- Sagen, dass man einen Fehler gemacht hat und einer\*m dies leidtut.
- Um Verzeihung bitten.
- Die Person fragen, was ihr helfen würde und was sie braucht.
- Zuhören.
- Emotionale erste Hilfe leisten. Ggf. Kontakte zu professioneller Unterstützung vermitteln.
- Bei Diskriminierung an weitere Betroffene denken (bei Diskriminierung ist immer eine ganze Gruppe gemeint und nicht nur eine Person).
- Eigenes Posting korrigieren: Richtigstellung posten.
- Gegebenenfalls Stellungnahme dazu schreiben.
- Ermutigen Kritik zu äußern.
- Für Hinweise auf Fehler bedanken.
- Fehlerkultur vorleben: Darauf verweisen, dass Fehler leider passieren können, dass man Verantwortung übernimmt und dass in Zukunft darauf geachtet wird, diesen Fehler nicht zu wiederholen.
- Wissen über den Fehler und die Learnings im Team weitergeben.
- Bei Eskalation der Situation evtl. Kolleg\*innen dazu holen, mit der Bitte, sich um die Person zu kümmern.
- Gegebenenfalls professionelle Beratung zu Diskriminierung (z.B. Sensivity Reader\*in mit Rassismus – Expertise) einschalten, damit eigenes Unwissen kurz und verständlich erläutert werden und der Post korrigiert werden kann.



### Herausforderungen

- Eigene Abwehr und eigenes Unwissen
- Betroffenen zuzuhören, aber sie nicht zum Erklären zu drängen.
- Betroffene sind eventuell wütend oder misstrauisch. Ein guter Umgang damit im Online kann herausfordernd sein.

Achte bei Deinem Umgang mit Beschwerden darauf, diskriminierende Aussagen nicht zu wiederholen. Erkläre bei einer Nachfrage also z.B. nicht: *„Wir haben diese Aussage und diese Aussage geschrieben“*. Sondern antworte mit: *„Wir haben etwas Sexistisches gesagt. Wir machen zeitnah dazu mal ein eigenes Posting und beschreiben, was wir gelernt haben.“*

Wenn die Situation es erlaubt, kannst Du Deine Intentionen zum Beispiel so darstellen: *„Uns ist sehr wichtig, niemanden zu diskriminieren. Es tut uns sehr leid. Hier haben wir einen Fehler gemacht. Das war nicht beabsichtigt und wir werden in Zukunft darauf achten. Vielen Dank für euren Hinweis!“*

Hast Du versehentlich Falschinformationen gepostet, solltest Du eine Richtigstellung posten mit der Bitte um Verzeihung. Poste außerdem die richtigen Informationen mit einem Verweis auf den vorherigen Fehler.

Bedanke Dich für Hinweise auf Fehler. Vermittle, dass Fehler geschehen können und in Zukunft darauf geachtet wird keine Fehler zu wiederholen.

**Siehe auch Workbook Teil 1 (Schutzkonzepte):**  
→ **Kapitel 3.8. Fehlerkultur und 3.9. Verantwortungsübernahme**

**Siehe auch Workbook Teil 1 (Schutzkonzepte):**  
→ **Kapitel 3.10. Beschwerdemanagement**



**„Hier haben wir etwas nicht gewusst.  
Hurra, eine Chance zu lernen!“**



@Dana (sie/ihr)

...

Das ist wichtig, sich da Gedanken darüber zu machen, wie Beschwerden bearbeitet werden. Wenn man da keinen klaren Ablauf dafür hat, dann stehen die überall in den Kommentarspalten und Privatnachrichten. Man muss eine Möglichkeit der Kontaktaufnahme kommunizieren: An wen kann ich mich wenden, wenn ich Feedback geben will oder mich beschweren will? Und das muss dann ja an die richtigen Leute weitergeleitet werden und dann auch den User\*innen kommuniziert werden, dass das wirklich angekommen ist und bearbeitet wird. Diesen Prozess muss man klären und das Beschwerden bearbeiten quasi "institutionalisieren". Wenn das in der Kommentarspalte versackt, das macht nur schlechte Stimmung und ein schlechtes Bild. Aber ankommen tut das ja nicht und man kann dann auch als Organisation nicht darauf reagieren. Und ich denke mal, für diejenigen, die wirklich nur frustriert irgendwelchen Müll abladen wollen und keine berechtigte Kritik haben, ist das ja auch eine höhere Hürde, ein Formular auszufüllen, als einfach irgendwas in die Kommentarspalte zu spucken.



@Franziska (sie/ihr)

...

Ich denke mal, es ist wichtig, sich klar zu machen: Es ist nicht alles böse gemeint. Online wirkt oft alles gleich so ruppig. Aber man kann das auch einfach missverstanden haben. Es ist auf jeden Fall gut nachzufragen: Worauf zielt dieser Kommentar? Möglicherweise hab ich tatsächlich selbst was Blödes verzapft und die reagieren ganz angemessen. Man sollte Kritik denke ich erst mal nicht direkt widersprechen, sondern erstmal innehalten und schauen, ob ich vielleicht irgendwas Wichtiges übersehe.





@lulia (sie/ihr)

...

Das ist denke ich total wichtig, da einen sicheren Raum zu schaffen für Beschwerden und Kritik. Dass man nicht nur klärt, wie User\*innen sich melden und Bescheid sagen können. Gerade wenn man vielleicht als Moderation auch Fehler macht. Sondern die Community dazu auch wirklich aktiv einlädt, Rückmeldungen zu geben. Bindungen aufzubauen mit den Leuten und auch aktiv zu fragen: Gibt es etwas, was sie gerade in der Organisation stört oder auf dem Kanal? Das ist doch auch wirklich eine Chance, dieses Tool dafür zu nutzen. Man sollte da nicht so Angst davor haben, dass Kritik kommt. Sondern eher schauen: Wie kann das produktiv gestalten, die sich abzuholen, bevor Leute so richtig unzufrieden sind?



@Alex (sie / ohne)

...

Man sollte unbedingt eigene Fehler eingestehen. Nichts kann einem online schlimmer auf die Füße fallen, als eigene Fehler nicht einzugestehen. Wenn die Kritik berechtigt war, das kommt sofort zurück und zwar umso heftiger, als beim ersten kritischen Kommentar. Wenn man Community Management macht, dann kann man sich einfach darauf einstellen: Es wird Kritik kommen. Es geht nicht darum keine Fehler zu machen, sondern wie man dann mit ihnen umgeht. Also auf Rückmeldungen eingehen, Fehler zugeben und dafür auch Verantwortung übernehmen. Wenn ich auf etwas hingewiesen werde, freundlich Danke sagen und es das nächste Mal besser machen. Als Admin muss man da in eine Vorbildfunktion gehen. Ich denke, Social-Media-Kanäle zu moderieren, das ist eine Aufgabe, bei der man echt lernen muss, Kritik als Chance sehen und sich zu sagen: Hier haben wir etwas nicht gewusst. Hurra, eine Chance zu lernen!





@Yela (sie/ihr)

...

Es gibt ja diesen gesellschaftlichen Diskurs über Fehlerkultur. Und was ich dabei echt wichtig finde, ist: Ja, klar brauchen wir Fehlerkultur. Aber man darf Fehlerkultur auch nicht als Ausrede für absichtliche Verletzungen benutzen. Das kann auch missbraucht werden, wenn Leute zum Beispiel einfach immer wieder rassistische Sachen sagen, und man denkt so: Ja gut, die wissen das halt nicht besser. Und wir haben ja hier eine Fehlerkultur. Fehler haben ja Folgen für Betroffene. Es werden reale Menschen verletzt. Und auch wenn man natürlich einen Raum haben möchte, in dem man auch mal Fehler machen kann, ohne dass gleich alles eskaliert. Aber man muss dem schon auch Grenzen setzen. Wir sollten so gut es geht vermeiden, Fehler zu machen. Und ohne die Fehler einzugestehen und Betroffene um Verzeihung zu bitten und ihnen anzubieten, dass man sie auch mit den Konsequenzen des Fehlers unterstützt, ist es keine wirkliche Fehlerkultur. Wenn man zum Beispiel etwas gepostet hat, also auch unabsichtlich, finde ich das schon wichtig, dann den Post auch auszubessern und zu updaten. Dass man Danke für den Hinweis sagt und sich auch bedankt für die unbezahlte Bildungsarbeit, die Menschen da geleistet haben. Und das auch nicht unsichtbar macht, dass da Energie reingesteckt wurde. Man könnte sie auch fragen, ob sie genannt werden möchten, zum Beispiel.





# 4.

# Moderations- guides und Netiquette



## „Oft sind das wiederkehrende Themen“



**Melanie** (sie/ihr)

...

Wir bekommen teilweise sehr viele Nachrichten und Kommentare, die eine schnelle Reaktion erfordern. Die Kommentare beschäftigen uns sehr und kosten viel Zeit. Oft sind das wiederkehrende Themen, Muster und Situationen. Man könnte verschiedene Levels von Störungen schon antizipieren und das Team auf Krisen und Störungen besser vorbereiten. Wir wünschen uns ein Regelwerk, das uns den Umgang erleichtert. Und dafür sorgt, dass das weniger Zeit in Anspruch nimmt, damit umzugehen. Erstmal geht es darum, eine Netiquette zu formulieren. Wir wissen nicht, welche Regeln sich bewähren. Es wäre gut, wenn wir klare Best-Practice-Beispiele hätten, mit den Störungen umzugehen. Zum einen geht es dabei um themenspezifische Netzphänomene, also solche Fragen wie: Wie reagieren wir auf Whataboutismus zum Beispiel? Was machen wir, wenn Kommentare sich gar nicht auf das Thema zum Post beziehen? Und dann geht es auch um wiederkehrende Themen und Inhalte. Und dass wir uns auch auf Reaktionen unter Post und Inhalten zu sensiblen Themen besser vorbereiten. Wir haben kein Wording für die ganze Organisation verfügbar, um inhaltlich und formal einheitlich antworten zu können. Also die Organisation macht das durch fehlende Moderationsvorlagen auch sehr uneinheitlich. Wie kommen wir zu passenden Antwortvorlagen und wie verwalten wir die? Wir möchten mehr Sicherheit im Umgang mit negativen Kommentaren und Hasskommentaren und selbstsicher und konsistent in unserem Community Management werden. Auch entspannter auf Kommentare reagieren. Es wäre schön, wenn wir es schaffen, dass das Team entlastet und entspannter ist.





## 4.2. Moderationsleitfäden erstellen

### Strategie: Moderationsleitfäden, die bei der Regulierung der Kanäle helfen

#### Kontext:

- ➔ Moderationsguidelines sind ein Teil von Social Media Guidelines, speziell für das Community Management. Sie regeln die Moderation der Kanäle und dienen dazu, die Kommunikationskultur in der Community aktiv zu gestalten, anstatt bloß zu reagieren.

#### Vorteile:

- ➔ Ein Moderationsguide erleichtert Community Manager\*innen die Moderation von Kommentaren. Er schafft Richtlinien zum Umgang mit gewaltvollen, diskriminierenden oder anderweitig problematischen Kommentaren und Vorfällen.
- ➔ Er kann dabei helfen, Vertretungen oder neuen Mitarbeitenden die Einarbeitung zu erleichtern. Das ist auch hilfreich, um z.B. im Fall eines Shitstorms Verstärkung für die Moderation hinzuzuziehen

#### Herausforderungen:

- ➔ Es kostet Zeit, sich einen Moderationsguide zu erarbeiten und regelmäßig zu aktualisieren.
- ➔ Oft gibt es viele ungeschriebene Regeln und Rücksprachen – um diese zusammenzufassen und offene Fragen auszudiskutieren braucht es einen fortlaufenden Prozess.

#### Lösungsansätze:

- ➔ Regelmäßige Team-Sitzungen zur gemeinsamen Arbeit an den Leitfäden etablieren und dranbleiben.
- ➔ Haltung entwickeln: Ja, einen Guide zu erstellen kostet erstmal Zeit. Aber er erleichtert die Arbeit ungemein, und spart damit später Zeit und Nerven. Spätestens im Fall des plötzlichen Wegfalls von Kolleg\*innen oder eines Shitstorms zahlt sich diese Vorbereitung aus.
- ➔ Es kann hilfreich sein, Leitungspersonen anzusprechen und darum zu bitten, dass sie das Thema von sich aus regelmäßig auf die Agenda bringen – auch um Mitarbeitende langfristig vor emotionaler Belastung und Burnout zu schützen.



## Was könnte Dein Moderationsguide enthalten?

- Beschreibung der Haltung zur Community. Welchen Raum möchtest Du für die Community schaffen?
- Ansprache der Community (Sie, Du, Liebe\*r, ...)?
- Stil der Moderation (sachlich, witzig, nahbar, ...)?
- Vorgaben zu bestärkender Moderation, Förderung von Interaktion und Engagement mit der Community, z.B. Umgang mit positiven Kommentaren und Belohnung der Community.
- Netiquette: das Aushängeschild nach Außen. Informiere Deine Community über das Hausrecht und die geltenden Regeln auf dem Kanal.
- Antwortvorlagen für wiederkehrende Kommentare und FAQ für wiederkehrende Fragen
- Welche Rechte soll die Online Community auf dem Kanal haben? (z.B. Menschenwürde, Schutz vor Gewalt, Meinungsfreiheit, Schutz vor digitalisierter Gewalt)? Beschreibe das Mission Statement Deiner NGO gegen digitalisierte Gewalt und konkrete Maßnahmen.
- Vorgaben zu Awareness, Beschwerdemanagement und Umgang mit eigenen Fehlern.
- Handlungsleitfäden zum Umgang mit wiederkehrenden Situationen und mit verschiedenen Formen digitalisierter Gewalt.
- Workflows zum Vorgehen bei Vorfällen: Was kann allein entschieden werden? Wann ist eine Krisen-Teamsitzung nötig? Workflows zum Verbergen und Blockieren beschreiben. Rechtlicher Rahmen: Was wird wo gemeldet oder angezeigt?
- Anlaufstellen, wenn das Team Beratung braucht: Beratungsstellen und Meldestellen.
- Monitoring von Vorfällen (z.B. Screenshot-Archiv für gemeldete Kommentare mit Datenschutzvorgaben zum Speichern von Screenshots)

**Siehe auch**

→ **Kapitel 3** Awareness für die Community, Seite 65

**Siehe auch**

**Outro: Beratungsstellen Liste** Seite 266

**Siehe auch** Workbook Teil 1 (Schutzkonzepte):

→ **Kapitel 3** Awareness

**Siehe auch** Workbook Teil 1 (Schutzkonzepte):

→ **Kapitel 3.10.** Beschwerdemanagement

## Erfassung Eurer Moderations-Strukturen

Hake auf diesem Bogen ab, welche der folgenden Strukturen Du und Dein Team in der Moderation bereits habt.

Es geht nicht darum, dass Ihr all diese Strukturen sofort haben solltet. Diese Liste dient vor allem der Inspiration dafür, wie Ihr gemeinsam Eure Prozesse gestalten könnt. Fangt erstmal an und bleibt dran!

- ☐ Vorgaben zu Zielgruppen und Zielen der Moderation
- ☐ Vorgaben zur Ansprache der Community
- ☐ Vorgaben zum Moderationsstil
- ☐ Vorgaben zur Bestärkung sachlicher Diskussionskultur und Belohnung der Community
  
- ☐ Netiquette
- ☐ Leitlinien, wie die Community auf Einhaltung der Netiquette „erzogen“ wird
- ☐ Antwortvorlagen für Verweise auf die Netiquette, wenn Regeln verletzt werden
- ☐ Antwortvorlagen für Standard-Fragen und Themen
- ☐ Antwortvorlagen für die Bildungsarbeit zur Netzkultur (z.B. eskalierte Dynamik: „Atme mal tief durch, wir befinden uns in einem Online-Raum mit Online-Enthemmung“)
- ☐ FAQ für wiederkehrende Fragen zum Verlinken
- ☐ FAQ / eigene Artikel für wiederkehrende Themen
- ☐ Ressourcen-Pool mit Quellen für gute Gegenargumente, die man bei wiederkehrenden Themen verlinken kann
  
- ☐ Workflows oder Flowchart für den Umgang mit störenden User\*innen.
  
- ☐ datenschutzkonforme Verwaltung von „Pappenheimern“: Zentraler Ort, wo Informationen über „Pappenheimer“ und Best Practices zum Umgang mit diesen gesammelt (und für Kolleg\*innen sichtbar gemacht) werden
- ☐ Klarheit über Abläufe zum Umgang mit justiziablen Kommentaren
- ☐ Screenshot Archiv für justiziable Screenshots (Ordner wo diese mit Datum und Link abgespeichert werden)



- ☐ Adressen von Meldestellen und Beratungsstellen
- ☐ Themenwünsche Struktur: Wo können User\*innen Themenwünsche sammeln?
- ☐ Awareness und Beschwerdemanagement: Wo können Follower\*innen Wünsche und Kritik abgeben?
- ☐ Leitlinien für den Umgang mit eigenen Fehlern oder Kritik an eigenen, diskriminierenden Aussagen
- ☐ Vorgaben über Pausen: Wie kommuniziert man der Community, wenn die Kapazitäten gerade eingeschränkt sind? Wann schließen wir die Kommentarspalten?

Brainstormt im Team sonstige Strukturen, die Ihr bereits nutzt:

- ☐
- ☐
- ☐

Brainstormt sonstige Strukturen, die Ihr hilfreich fändet:

- ☐
- ☐
- ☐

Welche Strukturen, die Deine Organisation nicht hat, fändet Ihr im Community Management besonders wichtig, zeitnah zu erarbeiten? Priorisiert von oben nach unten:

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5
- 6

**Verteilt die Aufgaben im Team.**

**Legt Meetings für die kommenden Monate fest, um die Entwürfe zu diskutieren.**



## Leitfragen zum Erstellen von Moderationsguidelines

### 1. Werte und Haltung

- Welche Werte sind Deiner Organisation wichtig für eine gerechte Gesellschaft? (z.B. Respekt, Toleranz, Gleichberechtigung, Vielfalt, Teilhabe, ...)?
- Welche Kommunikationskultur will Deine Organisation im Netz vorleben (z.B. respektvoll, sachlich, empathisch, usw.)?
- Wie soll die Ansprache Deiner Organisation sein?
- Welche Stimmung will Deine Organisation erzeugen? z.B. seriös/sachlich, freundlich, nahbar/informell, verständlich/ einfache Sprache, etc... Wie schafft Deine Organisation das? Was fehlt der Sprache Deiner Organisation, damit die gewünschte Stimmung auch ankommt?

### 2. Die Community im Zentrum

- Was sind die Ziele Deiner Organisation im Community Management? Was will Deine Organisation erreichen?
- Wer ist die Community Deiner Organisation?
- Wer ist/sind die Zielgruppe(n), die Deine Organisation erreichen möchte?
- Wen will Deine Organisation warum erreichen, wie und womit? Wen erreicht Deine Organisation bereits, wen erreicht Deine Organisation noch nicht? Warum?
- Hat Deine Organisation Kapazitäten, alle potenziellen Zielgruppen zu erreichen? Wen priorisiert Deine Organisation?
- Wer ist nicht die Zielgruppe Deiner Organisation? In wen investiert Deine Organisation (nicht)?
- Woran erkennt Deine Organisation ihre Zielgruppe? Woran erkennt Deiner Organisation, dass jemand nicht ihre Zielgruppe ist?

**Siehe auch *Workbook Teil 3* (Community Management)  
→ *Kapitel 2.2. Wer ist meine Online Community?***



- Welchen Raum will Deine Organisation ihrer Community bereitstellen (Raum für Information / Austausch / Diskussion ? SafeR Space - oder fehlerfreundlicher Lernraum)?
- Was wünscht sich die Community von Deiner Organisation? Was schätzt die Community in der Kommunikation? Wofür wurdest Du in der Vergangenheit gewertschätzt (z.B. schnelle Reaktionen, ausführliche individuelle Antworten, Transparenz, Freundlichkeit, Nahbarkeit, Augenhöhe, etc.)?
- Was schätzt die Community in der Kommunikation nicht? Wofür wurdest Du kritisiert? Was kann Deine Organisation verbessern (z.B. langsame Reaktionen, zu wenig Empathie, Behauptungen, keine Antwort, ...)?
- Welche Themen spricht die Community Deiner Organisation an? Was bewegt die Community Deiner Organisation? Was bringt sie ein? Worauf reagiert sie?
- Worin ist Deine Organisation mit der Community auf Wellenlänge? Welche der Dinge und Themen, die die Community wertschätzen und bewegen, will Deine Organisation bearbeiten?
- Welche Themen sind problematisch in der Community? Wo knirscht es und wie geht Deine Organisation damit um? Was ist die Haltung Deiner Organisation dazu: Versteht Deine Organisation sich als Bildungsinstitution, die Inhalte vorgibt, oder als Moderation, die Dialoge moderiert?
- Kann und will Deine Organisation einen Raum für sachlichen Diskurs über schwierige Themen bereitstellen? Was dabei die Grenzen – wann werden Dialoge in der Community ausgebremsst? Welchen Debatten wird prinzipiell kein Forum geboten?
- Welche Rechte will Deine Organisation ihrer Community in ihrem Raum gewähren (z.B. Schutz vor Gewalt und Diskriminierung, Schutz der Meinungsfreiheit durch Schutz vor Einschüchterung und Silencing → Wie schützt die Organisation diese Rechte auf dem Kanal? Wodurch werden diese Rechte durchgesetzt? (Netiquette, Setzen klarer Grenzen, Blockieren von User\*innen, Melden und Anzeigen von Vorfällen, Schließen von Kommentarspalten, wenn keine Kapazitäten für Moderation vorhanden sind, ...)
- Welche Ziele und Ansprüche können wir aus diesen Fragen für unser Community Management ableiten?
- Was ist unser Mission Statement im Community Management?



### 3. Wiederkehrende Antworten

- Gibt es häufig inhaltlich ähnliche Fragen / Kommentare? Was sind wiederkehrende Fragen?
- Welche Fragen / Kommentare kamen noch nicht auf, auf die Deine Organisation trotzdem eine gute Antwort parat haben sollten?
- Welche Fragen bzw. Kommentare bedürfen (wirklich) einer Antwort? Welche Fragen / Kommentare bedürfen keiner Antwort? (Abhängig davon, was (nicht) die Ziele Deiner Organisation sind. Deine Organisation vergeudet keine Zeit für Dinge, die nicht ihren Zielen entspricht. Beispiel: Deine Organisation betreibt Bildungsarbeit gegen Radikalisierung: Du antwortest auf problematische Kommentare von lernbereiten Menschen. Deine Organisation betreibt keine Radikalisierungsprävention: Du verbirgst solche Kommentare.)
- Welche Konfliktsituationen kehren wieder (zum Beispiel: Beleidigungen, persönliche Angriffe, Diskriminierung, nervende „Pappenheimer“, User\*innen die Postings für ihre Themen kapern...)?
- Braucht es innerhalb der Organisation oder im Team Abstimmungen für die Beantwortung bestimmter wiederkehrender Fragen oder Themen?
- Bei welchen Themen wünschst Du Dir mehr Rücksprachen und Einigkeit, bei welchen mehr Flexibilität? Bei welchen Inhalten ist es wichtig, mit einer Stimme zu sprechen? Wann können Teammitglieder einzeln ohne Rücksprache agieren? (Nachteile von Rücksprachen sind: Personen können weniger spontan und authentisch reagieren. Mehr Abstimmungsschleifen sind nötig. Es besteht weniger Flexibilität im Umgang mit Social Media Trends und in der Umsetzung von Social-Media-Strategien.)

**Siehe auch**

→ **Kapitel 6.9.** Counter Speech -Antwortvorlagen erstellen, Seite 226

**Siehe auch**

→ **Kapitel 2.3** Bestärkende Moderation, Seite 52

#### 4. Richtlinien für den Umgang mit störenden Nutzer\*innen

- Welche Themen sind relevant für die Netiquette Deiner Organisation?
- Wie wird die Netiquette umgesetzt (z.B. Null Toleranz? Geduldig? Wie viele Ermahnungen? Das hängt auch von Euren Zielen und Zielgruppen ab)
- Bei welchen Verstößen werden Nutzer\*innen blockiert? Wie oft werden sie vorher mit Verweis auf die Netiquette ermahnt?
- Was tut Deine Organisation, um Trolle zu erkennen (z.B. Profile überprüfen und solche beobachten, die frisch angelegt sind, die kein ordentliches Profilbild haben, die wiederholt spammen, etc.)?
- Wie geht Deine Organisation mit Falschaussagen um? (z.B. sie werden korrigiert, wenn Kapazitäten vorhanden sind, ggf. auch erst später mit einem eigenen Posting: Hinweis, dass hier eine Falschaussage steht und dass später eine Richtigstellung erfolgt. Bei gezieltem Spammen mit Falschaussagen: verbergen, Nutzer\*in blockieren.)
- Was sind typische grenzwertige Kommentare, bei denen Du nicht weißt, wie Du mit ihnen umgehen sollst? (Findest Du Anregungen zum Umgang in Techniken der bestärkenden Moderation?)
- Kannst Du bei wiederkehrenden Kommentaren das Thema einmal proaktiv in der Content Creation aufgreifen und eine wiederverwendbare Ressource schaffen? Ggf. mit Unterstützung von Expert\*innen?
- Wie geht Deine Organisation mit (oft unvermeidbaren) Zensur-Vorwürfen um? Zum Beispiel:
  - ➔ Deine Organisation hat eine transparente Netiquette, die glaubhaft zeigt, dass das Community Management nicht willkürlich vorgeht.
  - ➔ Deine Organisation hat eine Textvorlage, die erklärt, warum Null-Toleranz-Regeln die Meinungsfreiheit nicht einschränken, sondern schützen: Menschen sollen nicht eingeschüchtert werden. Und gewaltvoller und diskriminierender Umgang führt zu Silencing und Rückzug von Menschen aus dem Netz.
  - ➔ Deine Organisation verbirgt Kommentare und löscht sie nicht. Dadurch kann sie vermeiden, dass störende Menschen überhaupt merken, dass ihre Kommentare verschwunden sind und sich Zeit für unnütze Debatten sparen.

### 5. Die Netiquette kommunizieren

- Hat Deine Organisation eine Netiquette?
- Wie kommuniziert Deine Organisation der Community ihre Netiquette?
- Wie sorgt Deine Organisation dafür, dass die Community die geltenden Regeln kennt (z.B. auffindbar anpinnen, immer wieder verlinken, eigene Postings erstellen, in denen Regeln erklärt werden, ggf. einfordern, dass Regeln gelesen und abgenickt werden)?
- Was kann die Community tun, um die Moderation zu unterstützen? (zum Beispiel Regeln kennen, Admin vertaggen oder kontaktieren, freundlich auf Netiquette hinweisen, die Moderator\*innen anerkennen und loben, usw.)
- Wie bindet Deine Organisation die Community in die Umsetzung der Netiquette ein (zum Beispiel: Aktive User\*innen belohnen, Community gezielt um Hilfe bitten, digitale Ehrenamtliche in der Community rekrutieren)?

**Siehe auch**  
→ **Kapitel 4.3. Netiquette**, Seite 125



## Felder-Übung: Eine Hilfestellung zum Erstellen von Aktions-Vorlagen

Mit dieser Übung kannst Du Strategien der Moderation für wiederkehrende Kommentare strukturiert im Team diskutieren und Lösungen entwickeln.

Das Ziel ist, dass Du zu Beispiel-Kommentaren aus Deiner Praxis eine Liste von Aktionen festlegst, die auf den Kommentar erfolgen müssen.


### Du brauchst:

1. die Vorlage A: Moderations-Tabelle
2. Die Vorlage B mit Aktionsfeldern mit Handlungsstrategien – ausgedruckt, abgemalt oder als Präsentation in einer Online-Konferenz
3. für jede teilnehmende Person mehrere Spiel-Figuren → im Office bietet sich auch an, Büroklammern o.ä. zu benutzen. Beim Online-Meeting die Stempeln-Funktion
4. eine Liste mit typischen, problematischen Beispiel-Kommentaren von Deinem Kanal

### Wie geht's?

1. Lest einen Beispiel-Kommentar aus Eurer Praxis vor.
2. Alle Teilnehmenden dürfen so viele Spielfiguren, auf die Strategie-Felder stellen, wie sie möchten. So zeigen sie, was sie tun würden, wenn dieser Kommentar auf dem Kanal gepostet wird. (In Online-Meetings kannst Du den Bildschirm mit dem PDF teilen und die Stempeln-Funktion der Konferenz-Software benutzen, um Deine Strategien auszuwählen: Teilnehmende stempeln Herzchen oder Kreuze auf ihre Strategien.)
3. Ordnet im Team den Kommentar ein: Um welche Art von digitalisierter Gewalt oder Trolling-Strategie handelt es sich? Als Hilfestellung könnt Ihr die Vorlage C (ausgefüllte Moderationstabelle) benutzen.
4. Diskutiert im Team, warum Ihr jeweils welche Strategien wählen würdet.
5. Fehlen weitere Aktionen, für die es in der Vorlage kein Handlungsstrategie-Feld gibt? Ergänzt im Team fehlende Strategien.



6. Mach Fotos der Übung zur Dokumentation. Schreib dazu die jeweiligen Beispiel-Kommentare jeweils daneben, damit sie mit dokumentiert werden!

(In Online Meetings: Fertige jeweils einen Screenshot an, so dass Du später die Strategien vom Screenshot in Deinen Guide übertragen kannst. Schreibe dazu vorher den jeweiligen Beispiel Kommentar mit auf die Folie.)

7. Einigt Euch im Team auf eine oder mehrere Aktionen, die ihr in Zukunft auf dem Kanal bei dieser Art von digitalisierter Gewalt oder Trolling-Strategie anwenden möchtet.

8. Trage den gewählten Kommentar als Beispiel-Kommentar in die Moderationsleitfaden-Tabelle ein, und die vom Team ausgewählten Strategien in das Aktionen-Feld der Tabelle.

9. Wiederhole das Prozedere mit dem nächsten Kommentar.

- ➔ So erstellst Du einen Spickzettel für die Praxis, auf den Du schauen kannst, wenn Du Dir unsicher bist.
- ➔ Diesen kannst Du neuen Kolleg\*innen oder Vertretungen in die Hand drücken. Ergebnisse der Diskussion werden so für die Moderation auch für zukünftige Mitarbeitender gesichert.

Antwortvorlagen:

In einem nächsten Schritt kann Dein Team auch das Antwortvorlagen-Feld der Tabelle befüllen.

Als Hilfestellung kannst Du gern auch die Hinweise zu bestärkender Moderation und zu rhetorisch geschickter Counter Speech benutzen.

**Siehe auch**

➔ **Kapitel 2.3** Bestärkende Moderation, Seite 52

**Siehe auch**

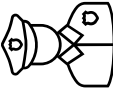




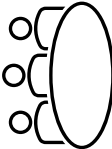







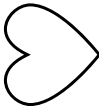

➔ **Kapitel 6.9.** Counter Speech -Antwortvorlagen erstellen, Seite 226

**Vorlage A: Moderations-Tabelle**

Art des Kommentars	Beispiel-Kommentar	Aktionen	Antwortvorlage	Links / Ressourcen



**Vorlage B**  
**Aktionen**

 anzeigen	 Nutzer*in blockieren	 rechtlich beraten lassen
 Melde- stelle	 Community aktivieren	 Team- besprechung
 der Plattform melden	 ignorieren	 Gegenrede
 Hinweis auf Netiquette	 verbergen	 in Dialog treten
 Unterstützung anbieten	 Selfcare	 Quelle erfragen / prüfen



## Beispiele

Art des Kommentars	Beispiel-Kommentar	Aktionen	Antwortvorlage	Links / Ressourcen
<b>Frage zu Projekt</b>	„Ich habe von eurem Projekt gehört ...“	Kommentar liken, User*in Website Link zusenden, nach 1 Woche nachfragen	„Hallo liebe*r XY, vielen Danke für dein Interesse am Projekt. Hier findest du Informationen“	Web-Link zu Projekt
<b>Beleidigung (die noch nicht gegen Netiquette verstößt)</b>	„Das ist total daneben, was du da schreibst“	User*in im Blick behalten, bei 3. Ermahnung blocken	„Liebe*r XY, wir verstehen, dass das Thema emotional ist. Wir möchten dich jedoch auf unsere Netiquette hinweisen und darum bitten, sachlich und freundlich zu bleiben“	Netiquette-Link
<b>Kommentar passt nicht zum Thema des Postings</b>	Gender, Impfen, Israel-Palestina (usw.)- Spammen ...	Link zu Netiquette, Link zu Themenwünschen, bei verständnisvoller Reaktion ggf. bedanken und liken	„Liebe*r XY, um eine sachliche und gute Debattenkultur auf diesem Kanal zu gewährleisten, gilt bei uns die Regel, dass wir nur zum Thema des Postings kommentieren. Hier ist unsere Netiquette (Link). Themenwünsche für den Kanal kannst du gerne hier abgeben: (Link). Wir bemühen uns, eure Wünsche bestmöglichst umzusetzen.“	Netiquette-Link, Themenwünsche-Link
<b>Sexismus der gegen Netiquette verstößt</b>	z.B. Bodyshaming-Kommentar, der den Körper der dargestellten Frau im Titelbild abwertet	Kommentar verbergen, ggf. Ersatzkommentar für Transparenz posten, ggf. User*in in PN auf Netiquette hinweisen und beobachten, bei erneutem Vorfall blocken	„Wir haben hier einen sexistischen Kommentar entfernt, der gegen unsere Netiquette verstößt. Bitte beachtet unsere Netiquette hier: (...)“	Link zur Netiquette
<b>(unbewusstes) sexistisches Vorurteil</b>	z.B. „Frauen sind ja so ...“	PN senden, sehr freundlich und ohne erhobenen Zeigefinger erklären, im besten Fall die Person bewegen den Kommentar selbst richtig zu stellen und sich zu entschuldigen, Person im Auge behalten, ggf. eigenes aufklärendes Posting zum Thema erstellen	„Hallo liebe*r XY, das ist eine weit verbreitete Annahme, aber wir sehen das anders. Wir würden dich bitten, eine Pause in der öffentlichen Debatte einzulegen und dir gerne eine PN schreiben und unsere Sicht dort erklären. Ist das in Ordnung?“ <u>in PN:</u> „... kann für Frauen verletzend sein, die ganz anders sind und denen deshalb abgesprochen wird, eine richtige Frau zu sein. Vielleicht kennst Du das sogar selbst, wie es ist, wenn dir abgesprochen wird, ein richtiger Mann zu sein?“	Links zum Thema (externe Ressourcen oder eigene Stellungnahmen)



## Aktionen: Best Practise - Anregungen

Art des Kommentars	Aktionen
<b>positive oder neutrale Kommentare</b>	
freundlicher, sachlicher Kommentar	liken, bedanken, bestärken, ggf. Small Talk
konstruktives Feedback / Kritik, Verbesserungsvorschlag zum Kanal	liken, für Hinweis bedanken, für unangenehme Erfahrung entschuldigen, Feedback in Liste aufnehmen, ggf. weiterleiten, ggf. Entscheidung treffen, ggf. Rückmeldung aus Abteilung an User*in geben, in Zukunft darauf achten das Feedback umzusetzen
Themenvorschlag	liken, bedanken, ggf. Hinweis auf Themenwünsche-Sammlung
Kompliment, Dank	liken, bedanken, Small Talk
Gesprächsangebot / „Small Talk“	je nach Kapazität und Thema: liken, bedanken, smalltalken - oder ggf. Entschuldigen für fehlende Kapazität, darauf einzusteigen
wichtige*r Kund*in /Kooperationspartner*in kommentiert	liken, bedanken, Small Talk, PN
interessante User*innen Story / wertvoller User Generated Content	liken, für interessanten Beitrag bedanken, Fragen, ob man teilen/Beitrag erstellen/vertaggen darf, dabei auf Sicherheit von User*in achten!
Hinweis auf Netiquette durch User*in oder unterstützende Gegenrede	liken, für Engagement bedanken, ggf. Small Talk / PN / Belohnung / Einladung zu (..)
Interesse an der Organisation / an einem Projekt	liken, bedanken, Informationen zusenden, Small Talk, an Kolleg*in YX verweisen
Frage zu Organisation / zu Projekt	liken, bedanken, Frage beantworten, Small Talk, an Kolleg*in YX verweisen
Frage an Fachabteilung	liken, bedanken, an Kolleg*in YX verweisen, Kolleg*in XY nach (...) Tagen erinnern
Kooperationsanfrage Organisation	liken, bedanken, an Kolleg*in YX verweisen, Kolleg*in XY nach (...) Tagen erinnern
Anfrage Social-Media-Kooperation, Presseanfrage	liken, bedanken, Small Talk, in Teamsitzung / mit Leitung klären, rückmelden
Beschwerde, Datenschutzbeschwerde	liken, für Hinweis bedanken, für unangenehme Erfahrung entschuldigen, an Kolleg*in YX verweisen, Kolleg*in XY nach (...) Tagen erinnern, Rückmeldung über Stand der Beschwerde geben





Art des Kommentars	Aktionen
<b>grenzwertige Kommentare</b>	
unfreundliche Kritik	beim 1. Mal: liken, für Hinweis bedanken, für unangenehme Erfahrung entschuldigen, in Zukunft darauf achten bzw. Weiterleitung in Organisation (wie bei Beschwerde), User*in beobachten, bei erneutem unfreundlichen Verhalten um Sachlichkeit bitten
einmaliges „Auskotzen“, Provozieren und Stören	Verweis auf Netiquette, ggf. Ermahnung per PN, User*in beobachten
wiederholtes „Auskotzen“, Provozieren und Stören	(x) Mal ermahnen, beim (x) Mal für (y) Tage sperren
grenzwertiger Kommentar (fragwürdige Meinung aber im Rahmen des Sagbaren)	freundliche aber klare Abgrenzung („wir teilen diese Meinung nicht“), ggf. PN um Thema nicht auf offener Bühne Raum zu geben, ggf. Verweis auf Ressource / Statement der Organisation, nach anderen Meinungen in der Community fragen
von User*in gemeldeter Kommentar	für Meldung bedanken, Kommentar prüfen, nach Netiquette verfahren, Hinweis auf Netiquette, ggf. problematische*n User*in blocken
über Keyword-Filter geflaggter Kommentar	Kommentar prüfen, nach Netiquette verfahren, Hinweis auf Netiquette, ggf. problematische*n User*in blocken
themenfremder Kommentar (nicht zum Posting des Themas)	Hinweis auf Netiquette, Bitte um themenbezogene Antworten
Falschaussagen	Bitte um Quelle / Einordnung, Richtigstellung mit Truth-Sandwich, User*in beobachten
<b>Trolling-Strategien</b> (Strategien, die Trolle nutzen, um Raum für ihre Themen zu nehmen, provozieren, und sachliche Debatten zu zerstören)	
Derailing / Whataboutism / Themenhopping	Hinweis auf Netiquette ggf. Kommentare verbergen User*in beobachten ggf. Profil checken ggf. User*in bei Plattform melden ggf. (vorübergehend oder dauerhaft) sperren oder blocken
Ad-Hominem-Argument	
Verbreitung von Desinformation	
Loaded Question / Sea Lioning	
Flooding the Zone with Shit	



Art des Kommentars	Aktionen
<b>Online-Incivility</b> (durch Online-Enthemmung bedingte enthemmte, unhöfliche / unsachliche Kommunikation)	
Beleidigung (nicht strafrechtlich relevant)	Hinweis auf Netiquette, ggf. Kommentar verbergen, Hinweis auf Online-Enthemmung geben, User*in ermahnen und beobachten, ggf. vorübergehend sperren. Verdacht auf justiziable Beleidigung §185 StGB: siehe justiziable Kommentare
Streit	Hinweis auf Netiquette, Hinweis auf Online-Enthemmung geben, wenn möglich vermitteln, wenn nötig User*innen ermahnen und beobachten, ggf. Kommentare verbergen, ggf. vorübergehend sperren
Beleidigen oder Blocken des Admins	Hinweis auf Netiquette, User*in ermahnen, vorübergehend sperren und ggf. blocken
<b>sensible Daten</b>	
Doxxing persönlicher Daten (Adresse u.ä.)	Screenshot, wenn möglich verbergen, betroffene Person informieren, Unterstützung anbieten, Teamsitzung, Meldestelle / Beratungsstelle, ggf. Anzeige, problematische*n User*in blocken und bei Plattform melden. Siehe auch justiziable Kommentare §126a
Copyright-Verstoß	Screenshot, Teamsitzung, Beratungsstelle, ggf. Anzeige. Siehe auch justiziable Kommentare §106 UrhG
Verletzung von Persönlichkeitsrechten, gefährdende Bilder	Screenshot, wenn möglich: verbergen, betroffene Person informieren, Unterstützung anbieten, Teamsitzung, Meldestelle / Beratungsstelle, ggf. Anzeige, User*in beobachten und ggf. blocken. Siehe auch justiziable Kommentare §201 StGB
<b>Belästigung</b>	
Bodyshaming	Hinweis auf Netiquette, verbergen, betroffener Person Unterstützung anbieten, User*in ermahnen und ggf. blocken, melden. Siehe auch justiziable Kommentare.
sexualisierte Nachrichten, Dickpics	betroffener Person Unterstützung anbieten, Beratungsstelle, Meldestelle, ggf. anzeigen, bei Plattform melden, problematische*n User*in blocken. Siehe auch justiziable Kommentare
Bilder von Kindern	wenn möglich verbergen, Eltern informieren (bei Minderjährigen), Unterstützung anbieten, Teamsitzung, Meldestelle / Beratungsstelle, ggf. anzeigen. Siehe auch justiziable Kommentare
Pornografie, sexualisierte Bilder	Screenshot, verbergen, User*in blocken und an Plattform melden, beraten lassen, ggf. anzeigen. Siehe auch justiziable Kommentare
jugendschutzgefährdende Inhalte	screenshotten, verbergen, ggf Meldestelle/Beratungsstelle, User*in blocken und ggf. an Plattform melden. Siehe auch justiziable Kommentare



Art des Kommentars	Aktionen
<b>Werbung und Propaganda</b>	
Spam / Werbung	verbergen, User*in blocken, Plattform melden
Petition	Hinweis auf Netiquette, verbergen
extremistische Propaganda	Screenshot, Verbergen, Meldestelle, User*in blocken, bei Meldestelle und Plattform melden, ggf. Beratungsstelle, anzeigen. Siehe auch justiziable Kommentare §86 StGB
<b>Hate Speech (Hetzrede)</b> Rassismus, Antisemitismus, Sexismus, Homo- und Transfeindlichkeit, Behindertenfeindlichkeit, Klassismus, u.a.	
direkte Hate Speech (abwertende / einschüchternde Aussagen gegenüber marginalisierten Gruppen, Schuldzuschreibungen, Nähe zu rechten Gruppen, aggressiv)	Kommentar verbergen, Screenshot, Teambesprechung, Meldestelle, Betroffenen Unterstützung anbieten, problematische*n Nutzer*in blocken und bei Plattform melden, ggf. Hinweiskommentar für Community verfassen. Siehe auch justiziable Kommentare §166 StGB §130 StGB §192a StGB
indirekte Hate Speech / Fear Speech (Vorurteile gegenüber marginalisierten Gruppen, Formulierung von Frust, Ängsten, Warnungen vor oder Witzen über marginalisierte Gruppen)	Kommentar verbergen, Screenshot, Teambesprechung, Meldestelle, Betroffenen Unterstützung anbieten, Profil checken, problematische*n Nutzer*in ermahnen und beobachten oder blocken, ggf. bei Plattform melden, ggf. Hinweiskommentar für Community verfassen. Siehe auch justiziable Kommentare §166 StGB §130 StGB §192a StGB
verschleierte Hate Speech (hetzende Narrative)	je nach Zielsetzung und Zielgruppe des Kanals: verbergen oder deutliche Gegenrede, ggf. Erklärungen/Gegenargumente per PN um keine offene Bühne zu gebenProfil checken, Nutzer*in beobachten, ggf. blocken, , ggf. eigenes Posting zum Thema erarbeiten
Verschwörungsmythen	bei antisemitischen Verschwörungsmythen: sofort verbergen, User*in ermahnen, melden und blocken. Grenzwertige Kommentare: Hinweis auf Netiquette, bei fortschreitendem Verhalten Kommentare verbergen, User*in beobachten, Profil checken und ggf. blocken. Siehe auch justiziable Kommentare.
(mutmaßlich) unbewusst diskriminierende Kommentare (z.B. weit verbreitete Vorurteile, verallgemeinernde Aussagen über marginalisierte Gruppen, ggf. auch positiver Art)	je nach Zielsetzung und Zielgruppe des Kanals (SafeR Space für Betroffene oder Lernraum für nicht Betroffene?): verbergen; oder: freundliche Abgrenzung in der Kommentarspalte, Erklärung per PN anbieten (Call In), wenn möglich Korrektur durch die Person selbst anregen, ggf. eigenes, aufklärendes Posting zum Thema erstellen, betroffenen Personen Unterstützung anbieten
Täter-Opfer-Umkehr	je nach Zielsetzung und Zielgruppe des Kanals: verbergen oder deutliche Gegenrede, evtl. Erklärung per PN, Betroffenen Unterstützung anbieten, problematische*n Nutzer*in beobachten, Profil-Check



Art des Kommentars	Aktionen
<b>strafrechtlich relevante Kommentare</b>	
üble Nachrede und Verleumdung §186 §187 StGB	<p>Kommentar verbergen</p> <p>Screenshot</p> <p>Teambesprechung</p> <p>Beratungs-/Meldestelle</p> <p>Fachanwalt</p> <p>betroffenen Personen Unterstützung anbieten</p> <p>problematische*n Nutzer*in blocken und bei Plattform melden</p> <p>ggf. Hinweiskommentar für Community verfassen</p>
verhetzende Beleidigung §192a StGB	
Nachstellung §238 StGB (Cyberstalking)	
Kennzeichen und Propaganda- mittel verfassungswidriger Organisationen §86 StGB	
Aufforderung zu Straftaten §91 §111 §126 StGB	
Volksverhetzung §130 StGB	
Gewaltdarstellung §131 StGB	
Belohnung und Billigung von Straftaten §140 StGB	
Beschimpfung von Bekenntnissen, Religionsgesellschaften und Weltanschauungsvereinigungen §166 StGB	
Verbreitung kinderpornografischer Inhalte §184 StGB	
Beleidigung §185 StGB	
Nötigung §240 StGB	
Verunglimpfung des Andenkens Verstorbener §189 StGB	
Verletzung des persönlichen Lebensbereichs und von Persönlichkeitsrechten durch Bildaufnahmen §201 StGB	
Bedrohung §241 StGB	
Gefährdendes Verbreiten personenbezogener Daten §126a StGB	
Unerlaubte Verwertung urheberrechtlich geschützter Werke §106 UrhG	



## 4.3. Netiquette

### Strategie: Netiquette

#### Kontext:

- Eine Netiquette ist ein Teil der Social Media Guidelines Deiner NGO, der auf Eurem Kanal als Regelwerk für Eure Nutzer\*innen öffentlich bekannt gemacht wird.
- Die Netiquette regelt das Hausrecht auf den Kanälen.
- Sie ist einerseits eine Präventionsmaßnahme gegen Gewalt, Hetze und Diskriminierung. Andererseits erleichtert sie Dir das Intervenieren, wenn bereits etwas vorgefallen ist.

#### Vorteile:

- Eine Netiquette gibt Community Manager\*innen Sicherheit im Umgang mit Kommentaren.
- Sie schafft Transparenz nach außen.
- Sie erhöht die Glaubwürdigkeit und Nachvollziehbarkeit Deiner Moderation.
- Sie legitimiert Deine Moderation in die Organisation hinein und gegenüber Nutzer\*innen.



### Herausforderungen:

- ➔ Alle möglichen Vorfälle in der Netiquette abzubilden, und dabei kurz und verständlich zu bleiben.
- ➔ Die Netiquette der Community zu kommunizieren.
- ➔ Die Community zur Einhaltung der Netiquette zu erziehen.

### Lösungsansätze:

- ➔ Verschiedene Versionen der Netiquette hochladen (kurz/ausführlich).
- ➔ Strikt moderieren, Regeln knallhart durchsetzen und immer wieder auf die Netiquette verweisen.
- ➔ Bei Bedarf Postings zur Netiquette und/oder einzelnen Regeln aus der Netiquette erstellen.
- ➔ Die Aufklärung über die Netiquette als Teil von Bildung für eine gute Gesprächskultur im Netz und somit als Teil demokratischer Bildungsarbeit begreifen.
- ➔ Engagierte Community-Mitglieder in Netiquette einweisen und um Mithilfe beim Markieren von Verstößen bitten.



## Eine Netiquette erstellen

Netiquette ist ein Kunstwort aus dem englischen Wort net (Netz) und dem französischen Wort Etiquette (Etikette, Anstands- oder Verhaltensregeln, Umgangsformen).

Eine Netiquette beschreibt die Umgangsformen für eine respektvolle und angemessene Kommunikation im Internet. Sie ist das Aushängeschild der geltenden Regeln auf Deinen Social-Media-Kanäle. Sie bildet das Hausrecht ab, das auf Deinen Kanälen gilt, und macht es nach außen sichtbar für Deine Online Community.

Genau wie für ein Meeting eine Kommunikationskultur und -struktur wichtig ist, so ist sie es auch für Gespräche in Deiner Online Community. Wer Regeln aufstellt, gibt der Online Community Struktur und Sicherheit.

Eine Netiquette kann Dir außerdem dabei helfen, in der Moderation von Kommentaren schnellere Entscheidungen zu fällen.

Wenn Du auf eine Netiquette verweisen kannst, schaffst Du Dir zudem eine höhere Professionalität und Glaubwürdigkeit gegenüber der Online Community: Du zeigst, dass Du nicht willkürlich waltest, sondern nach festgelegten Kriterien moderierst.

## Tipps zur Erstellung einer Netiquette:

### Eine Netiquette soll die Fragen beantworten:

1. Wie kommunizieren wir hier? Wie kommunizieren wir hier nicht?
2. Welche Inhalte sind erwünscht? Welche Inhalte nicht?
3. Welches Verhalten ist hier erwünscht? Welches nicht?
4. Was wird entfernt?

## Wie lang soll eine Netiquette sein?

Dafür gibt es keine richtige Antwort. Eine lange Netiquette liest wahrscheinlich niemand. Es empfiehlt sich, die Punkte, die Deiner Organisation besonders wichtig sind, ganz nach oben in die Einleitung zu schreiben. Je nach Netzwerk kannst Du auch eine Kurzfassung als ersten Post oben anpinnen, in der Bio verlinken oder als Story-Highlight abspeichern.



Ansonsten empfehlen wir eher: Erstelle eine ausführliche Netiquette, die wirklich alles regelt, was auf dem Kanal passiert. Es werden sie dann zwar nicht viele Menschen lesen. Aber es schafft Klarheit und Transparenz darüber, was das Moderationsteam tut – für das Team intern und für die Community.

Du kannst die Netiquette nummerieren. So kannst Du bei Verstößen Eure\*n Follower\*-in auf Nachfrage die jeweilige Nummer nennen und so leichter auf diejenige Regel in der Netiquette hinweisen, gegen die sie verstoßen haben. So können Follower\*innen die Regel schnell finden und für die Zukunft daraus lernen.

Du kannst auch die ausführliche Netiquette auf Eurer Website online stellen – zum Beispiel indem Du eine Unterseite erstellst (z.B. URL wie [organisationXY.de/netiquette](https://organisationXY.de/netiquette)). Auf Deinem Social-Media-Kanal brauchst Du dann nur den Link zur ausführlichen Fassung bereitstellen.

Achte darauf, dass die Netiquette von der Social-Media-Startseite aus leicht auffindbar ist (verlinke in Info-Feldern, angepinn-ten Postings, etc.). Achte vor allem auch

darauf, dass Du und Dein Team die Links immer schnell griffbereit habt, wenn Ihr sie braucht. Ihr solltet mit wenigen Klicks darauf zugreifen können.

### **Die Community zur Einhaltung der Netiquette „erziehen“**

Sprich mit der Online Community über die Netiquette:

Natürlich solltest Du auf sie hinweisen, wenn etwas vorgefallen ist: „Bitte beachte unsere Richtlinien. Du findest sie hier“.

Kommuniziere die Netiquette aber, wenn möglich, auch über Regelverstöße hinaus regelmäßig an die Online Community.

Stelle einzelne Regeln und ihren Sinn auch in „guten Zeiten“ vor, so dass die Community die Regeln verstehen lernt und im besten Fall irgend-wann von selbst einfordert.

Du kannst auch Posts zu einzelnen Netiquette-Regeln erstellen, in denen diese erklärt und diskutiert werden können.

Stelle insbesondere sicher, dass digitale Ehrenamtliche oder unterstützende Nutzer\*innen die Netiquette kennen und verstehen.





### **Toxische Redestrategien und Trolling-Strategien unbedingt mitdenken**

Grundsätzlich sollte Deine Netiquette so verfasst sein, dass sie nicht nur offensichtliche Gewalt und Hetze mitdenkt, sondern auch klassische Trolling-Strategien. Insbesondere Derailing (Ablenkung vom Thema z.B. durch Themen-Hopping oder What-aboutismus). Damit greifst Du diesen Strategien vorweg.

Solange Trolle sich jede Kommentarspalte für ihre Themen kapern können, stellen wir als Zivilgesellschaft selbst die Bühnen für Hetze und Diskriminierung bereit. Genau wie im analogen Raum sollten wir es nicht als Teil der normalen Online-Debatten-Kultur begreifen, dass Menschen zu völlig anderen Themen als den in Postings vorgegebenen Themen in der Kommentarspalte schreiben.

Wir wissen, dass Gespräche nicht funktionieren, wenn alle kreuz und quer durcheinander quatschen. Im Offline würden wir es nicht tolerieren, wenn Menschen in unserer Veranstaltung zu einem bestimmten Thema auf die Bühne hüpfen. Und dann dort lange Monologe zu völlig anderen Themen halten als zu denen, für die wir den Raum bereitstellen wollten. Auch auf Teamsitzungen legen wir nicht ohne Grund die

Tagesordnungspunkte fest, die wir möglichst strukturiert der Reihe nach abarbeiten. Im Online aber wird es nur allzu oft toleriert.

Sobald eine Regel festlegt, dass immer nur zum Thema des jeweiligen Postings bzw. der dort gestellten Eingangsfrage kommentiert werden darf, schafft das Struktur in Deinen Kommentarspalten und überträgt die analoge Debattenkultur ins Online.

Sie nimmt einigen toxischen Strategien präventiv den Raum. Und sie erspart Dir endlose Debatten im Team und in der der Online Community über die Frage: Wie sollte man mit all den sachlichen, nicht gewaltvollen Kommentaren zu Themen wie Gendern, Impfen oder internationalen Konflikten umgehen, die die Kommentarspalte fluten?

Diese Regel funktioniert natürlich nur, wenn Du in der Content Creation von Beiträgen eine einleitende Frage für jedes Posting formulierst, die darunter diskutiert werden soll. Content Creation und Moderation greifen hier eng ineinander.

So haltet Ihr gemeinsam den Raum für die Themen frei, die Deiner Organisation wichtig sind. Statt dem endlosen Kommentar-Spam zu den immer selben Themen Raum zu geben, die oft ja auch nichts mit der Arbeit Deiner NGO zu tun haben.

# Eine Netiquette erstellen

## Das Hausrecht Deines Kanals gegen Hetze und Diskriminierung und für eine gute Debattenkultur

### Eine Einleitung verfassen

Deine Netiquette sollte mit einer Beschreibung des Kanals beginnen:

*„Der Kanal dient dazu ...*

*Das Thema des Kanals ist ...*

*Du hast hier die Möglichkeit ... "*

Gib eine Kontaktmöglichkeit an, mit der Menschen Dich erreichen können  
(keine persönliche Telefonnummer oder persönliche Mail-Adresse, sondern eine Kontaktmöglichkeit Deiner Organisation):

*„Sprich jederzeit unser Moderationsteam an, indem du eine PN an XY schickst / @organisation taggst / uns an moderationsteam@organisation schreibst / ..."*

Ermutige Menschen, Dir Feedback zu geben:

*„Weise uns gerne jederzeit darauf hin, wenn dir ein Verstoß gegen die Netiquette auffällt, oder wir Admins einen Fehler gemacht haben"*

*„Das Administrationsteam versucht zu jeder Zeit transparent zu arbeiten. Wir können leider nicht immer sofort antworten. Bitte gib uns genügend Zeit zu antworten."*

*„Wenn in dieser Netiquette etwas unverständlich ist oder Du etwas Wichtiges vermisst, sprich das Administrationsteam an."*

Verlinke ggf. die ausführliche Fassung der Netiquette:

*„Bitte beachte unsere ausführliche Netiquette: [Link](#)"*

## Textbausteine für Netiquetten

### 1. Kommunikationskultur für gute Vibes

*Denke daran, dass das Reichweite bekommt, auf was du reagierst.*

*Wenn du nur auf Kommentare kommentierst, die dich aufregen, bekommen diese dadurch mehr Reichweite.*

*Wenn du auf freundliche, konstruktive und sachliche Beiträge reagierst, bekommen diese mehr Reichweite.*

*Deshalb: Wenn du gute Vibes hier spüren willst, dann...*

*1a) Like und bestärke sachliche, konstruktive und freundliche Kommentare.*

*1b) Bedanke dich für sachliche, konstruktive und freundliche Kommentare.*

*1c) Wertschätze konstruktive Kritik. Und bedanke dich dafür, wenn du von Anderen etwas lernen konntest.*

*1d) Wertschätze eine sachliche und achtsame Debatte. Und bedanke dich dafür, auch wenn du die andere Person nicht von deiner Meinung überzeugt hast.*

### 2. Sachliches und sachbezogenes Posting

*2a) Sachbezogenes Kommentieren:*

*Um eine gute Diskussionskultur zu gewährleisten, erstellen wir zu jedem neuen Thema ein eigenes Posting. Unter jedem Post wird nur zu dem jeweiligen Thema diskutiert. Achte dabei auf die Eingangsfrage zum Beitrag.*

*Bleibe in Diskussionen beim Thema oder bei der Fragestellung des Posts. Achte dabei auf die Fragen, die im Post gestellt werden.*

*Wenn das Posting dich zu einer anderen Debatte inspiriert, kannst du uns einen Themenwunsch hier mitteilen: (...). Eure Vorschläge berücksichtigen wir in unserer Themen-Auswahl.*

*2b) faktenbasierte Argumentation:*

*Wir achten auf eine Unterscheidung zwischen Meinungen und Fakten.*

*Wenn du deine Meinung zu einem Thema teilen willst, dann kennzeichne den Kommentar als deine Meinung und beginne ihn mit: „meine Meinung dazu ist ... “ o.ä. Begründe deine Meinung verständlich, besonders wenn du (konstruktiv) widersprechen möchtest.*

*Wenn du Dinge als Fakt darstellst, dann teile bitte eine Quellenangabe dazu. Wenn du Links teilst, dann schreibe bitte dazu, warum du sie postest, und ordne sie so ein.*

*2c) Inhalte die zur Gewährleistung einer sachlichen Debattenkultur gelöscht werden:*

- *Ablenken von der Eingangsfrage des Postings und von konstruktiven Diskussionen (Derailing, Whataboutism und Themen-Hopping)*
- *Ad-Hominem-Argumente („Es ist inhaltlich falsch, weil Du so und so bist / weil die Person, die das gesagt hat, so und so ist“)*
- *als Fakten benannte Meinungen oder Falschaussagen (mit fehlender oder fragwürdiger Quelle)*
- *Fragen, die unausgesprochene Vorwürfe oder Provokationen beinhalten bzw. ideologisch-rhetorisch aufgeladen sind (Loaded Questions / Sea Lioning)*
- *dauernde Wiederholung von Kommentaren und Postings*
- *Spam-Kommentare jeglicher Art, auch Kommentare, die offenbar dazu dienen, durch ihre Menge eine sachliche Diskussion zu verunmöglichen. („Flooding the Zone with Shit“)*

**3. Konflikte und Angriffe**

*3a) Die Meinungsfreiheit ist ein hohes Gut. Sie kommt mit der Verantwortung, damit achtsam und verantwortungsbewusst umzugehen. Gewaltvolle Kommentare können Menschen verstören, verunsichern und aus dem Netz verdrängen. Wenn Menschen eingeschüchtert werden und sich online nicht mehr beteiligen, schränkt das die Meinungsfreiheit der Betroffenen ein.*

*Das Administrationsteam behält sich deshalb vor, vom Hausrecht Gebrauch zu machen. Unerwünschte Kommentare und Personen, die aktiv und wiederholt die Diskussion stören, werden blockiert. Wir weisen darauf hin, wenn wir einen Kommentar oder eine Person entfernt haben und warum diese(r) entfernt wurde(n).*

### *3b) Online-Enthemmung:*

*Wir befinden uns in einem Online-Raum. Online-Räume können schnell anonym wirken. Konflikte können darin schnell eskalieren (Online-Enthemmungseffekt).*

*Hinter jedem Kommentar in dieser Gruppe steckt ein echter Mensch mit echten Gefühlen. Sprich bitte so respektvoll mit einer anderen Person, wie du auch offline mit ihr sprechen würdest.*

*Diskutiere respektvoll, konstruktiv und auf Augenhöhe. Achte darauf, bei schwierigen Themen sachlich zu bleiben.*

*Wenn dich ein Kommentar aufregt, atme bitte erst einmal tief durch und frage ggf. nach, ob der Kommentar wirklich so gemeint war, wie du ihn verstanden hast. Setze nicht voraus, dass andere Menschen Wörter auf die gleiche Art meinen und verstehen, wie du.*

### *3c) Agree to Disagree:*

*Wir können auch darin übereinstimmen, dass wir unterschiedlicher Meinung sind.*

### *3d) Tagge Admins:*

*Nicht immer kann das Administrationsteam alle Diskussionen im Blick behalten und frühzeitig eingreifen. Unterstütze deine Community, indem du in Konfliktsituationen und bei Angriffen das Administrationsteam taggst. So kann sichergestellt werden, dass Inhalte, die gegen die Netiquette verstoßen, bearbeitet und / oder entfernt werden können.*

*Bei akuten Konflikten mit anderen Nutzer\*innen, kannst du das Administrationsteam auch per privater Nachricht kontaktieren.*

### *3e) Übergebe den Konflikt an das Administrationsteam:*

*Wenn ein Konflikt deine Ressourcen überschreitet: Nimm dich zurück und achte auf dich und deine Grenzen. Bitte die andere Person, aufzuhören. Bitte jemand vom Admin-Team sich einzuschalten.*

*Wenn jemand dich bittet, in einem Konflikt einen Beitrag nicht weiter zu kommentieren oder nicht weiter zu schreiben: Höre auf und warte auf eine\*n Admin.*

*3f) Admins dürfen nicht blockiert werden. Blocken von Admins dieser Seite führt zu sofortigem Blocken deines Accounts durch die Seite.*

*3g) Inhalte, die zur Gewährleistung einer guten Konfliktkultur gelöscht werden:*

- *Beleidigungen*
- *persönliche Angriffe und Herabsetzungen*
- *ausgrenzende Kommentare*
- *Drohungen*
- *Verleumdungen*

*Das gilt auch für persönliche Angriffe, Beleidigungen, etc. gegen das Moderationsteam*

#### **4. Personenbezogene Inhalte, Belästigung und Werbung:**

*4a) Teile keine personenbezogenen Inhalte und Daten*

*4b) Teile keine sexualisierten oder jugendschutzgefährdenden Inhalte*

*4c) Jegliche Form von Werbung und Spam, inklusive politischer Werbung und Petitionen, sind nicht erwünscht*

*4d) Teile keine Screenshots von Diskussionen auf diesem Kanal außerhalb dieses Kanals.*

*4e) Entfernung von Personen, die spammen:*

*Profile und Accounts, die gezielt Werbung, Propaganda und politische Desinformationen verbreiten werden blockiert.*

*Wir weisen darauf hin, wenn wir eine Person blockiert haben und warum diese blockiert wurde.*

*4f) Inhalte, die zum Schutz vor Belästigung und Werbung gelöscht werden:*

- *sensible Informationen über Personen*
- *Fotos von Kindern, auch der eigenen Kinder*
- *sexualisierte Nachrichten an Personen*
- *Dating (-nachrichten)*
- *Nacktbilder*
- *Pornografie*
- *sexualisierte Darstellungen*
- *jugendgefährdende Inhalte*
- *Bodyshaming: Kommentare, die die Körper anderer Menschen beschämen/herabsetzen*
- *Spam*
- *Werbung*
- *Wahl- und Parteiwerbung*
- *Petitionen*
- *politische Propaganda*
- *Kommentare, die Teil einer Desinformationskampagne, eines gezielten Angriffs oder Shitstorms sind*
- *automatisiert erzeugte Kommentare von Bots*

**5. Diskriminierung:**

*5a) Diskriminierende Kommentare führen dazu, dass betroffene Personen bzw. Gruppen sich aus dem Netz zurückziehen. Deshalb schränken sie die Meinungsfreiheit und soziale Teilhabe betroffener Gruppen im Netz ein.*

*Kommentare und Beiträge, die dazu führen, dass Menschen aus marginalisierten Gruppen sich aus der Diskussion zurückziehen, werden aus dieser Gruppe/von diesem Kanal entfernt.*

*5b) Aufrufe zu Straftaten und rechtswidrige Inhalte werden zur Anzeige gebracht.*

*5c) Diskriminierende Aussagen sind Aussagen über marginalisierte Gruppen.*

*Das heißt:*

*Diskriminierung richtet sich gegen Menschen, die von*

- *Rassismus*
- *Antisemitismus*
- *Klassismus*
- *Frauenfeindlichkeit*
- *Homo- und Trans-Feindlichkeit*
- *Ableismus (=Behindertenfeindlichkeit und Diskriminierung aufgrund von Erkrankungen oder Diagnosen)*
- *Altersdiskriminierung oder Lookismus (wie z.B. Fettfeindlichkeit)*

*... betroffen sind.*

*Diskriminierung betrifft keine Gruppen, die eine Meinung vertreten, die sie selbst gewählt haben. Sondern sie betrifft Gruppen, deren Identität aufgrund historischer Ereignisse und den daraus folgenden strukturellen Bedingungen in der Gesellschaft Benachteiligungen erfahren.*



5d) Inhalte, die zum Schutz betroffener Gruppen vor Diskriminierung gelöscht werden:

- Beleidigungen und Einschüchterungen von (Menschen aus) marginalisierten Gruppen
- verhetzende und Angst auslösende, verallgemeinernde Aussagen über (Menschen aus) marginalisierten Gruppen (Hate Speech und Fear Speech)
- herabsetzende Aussagen über (Menschen aus) marginalisierten Gruppen
- verallgemeinernde Vorurteile über (Menschen aus) marginalisierten Gruppen, selbst wenn diese in positiver Form daherkommen
- verschwörungsideologische, rechtsradikale, völkische, faschistische, nationalistische, islamistische und andere extremistische Kommentare
- Beiträge, die Menschen aus marginalisierten Gruppen aus Diskussionen ausschließen
- Beiträge, die Täter-Opfer-Umkehr betreiben („Du bist selbst schuld, dass Du diskriminiert wirst, weil...“, bzw. „Ich hab Dich nicht diskriminiert - Du diskriminierst mich mit der Aussage, dass ich diskriminiere...“)
- Beiträge, die die Menschenrechte marginalisierter Gruppen oder deren Rechte auf Teilhabe verletzen
- Beiträge, die die gesetzlich festgelegten und verfassungsrechtlich geschützten Grenzen der freien Meinungsäußerung verlassen, wie zum Beispiel Volksverhetzung und andere justiziable Aussagen.

5d) Das Administrationsteam behält sich vor, vom Hausrecht Gebrauch zu machen Personen zu blockieren, die marginalisierte Menschen herabsetzen oder angreifen. Wir weisen darauf hin, wenn wir einen Kommentar oder eine Person entfernt haben und warum diese(r) entfernt wurde(n).

5e) Betroffene Personen unterstützen

Bitte achte in Diskussionen in der Gruppe auf dich, deine\*n Diskussionspartner\*in und die stillen Mitlesenden. Wenn diskriminierende Kommentare gemacht werden, behalte vor allem die betroffenen Personen im Blick, nicht nur die Hater\*innen.

Frage die von der Diskriminierung betroffene Personen, ob alles in Ordnung ist und ob sie etwas brauchen. Biete deine Unterstützung an, aber lass die betroffenen Personen selbst entscheiden, was sie brauchen. Dränge deine Hilfsangebote niemandem auf.

#### 5f) Unterstütze Betroffene

*Gib Menschen, die gezielt und absichtlich Vorurteile gegen marginalisierte Gruppen verbreiten, öffentlich keinen Raum, diese Vorurteile und menschenverachtende Aussagen immer weiter zu wiederholen und breit zu treten. Arbeite dich nicht an Menschen ab, die nicht lernbereit sind.*

*Wenn Menschen sich nicht mit ihren Vorurteilen befassen wollen, sondern fest davon überzeugt sind, dass diese wahr sind, dann vergeude nicht deine Zeit damit, diese überzeugen zu wollen. Das macht im Netz selten Sinn und ist meist nur im eigenen Umfeld möglich mit Menschen, mit denen eine tragende Beziehung besteht.*

*Tagge das Administrationsteam, damit solche Kommentare schnell entfernt werden können, statt ihnen mit deinen Reaktionen Reichweite zu verschaffen. Fokussiere dich darauf, wie du betroffene Menschen unterstützen kannst.*

#### 5g) Wer darf kommentieren? Bitte beachten:

*Bei manchen Postings bitten wir darum, dass nur Personen kommentieren, die von einem Thema selbst betroffen sind (z.B. von Rassismus). Dann steht über dem Posting: „Bitte unter diesem Posting nur von XY betroffene Personen kommentieren“. Wenn du nicht betroffen bist, respektiere bitte diese Regel und halte dich zurück.*

#### 5h) Verständlich schreiben:

*Damit uns möglichst alle Menschen gut verstehen können, schreiben wir so einfach wie möglich. Und wir erklären komplizierte Begriffe, die wir in unseren Posts verwenden.*

*Bitte schreibe auch du so verständlich wie möglich und erkläre wenn möglich komplizierte Wörter in deinem Beitrag.*

#### 5i) Barrierearmes Posten

*Wir achten beim Posten auf Barrieren und beschreiben unsere Bilder für Lesegeräte als Alternativtext. Wir bitten dich, auch darauf zu achten.*

*Wenn du mit Bildern kommentierst, bitte beschreibe die Bilder im Fließtext. Eine Anleitung dazu findest du hier:*

<https://www.inklusives-internet.lwl.org/de/inhalte-inklusive-aufbereiten/bilder-beschreiben-gute-alternativtexte-finden/#1-beschreibung-des-bildes>

**Angabe zur Herkunft dieser Textbausteine**

*Diese Regeln basieren auf gesammelten Best Practices, Erfahrungen und Debatten aus der Social-Media-Arbeit von Menschen, die selbst von Diskriminierung betroffen sind. Diese meist unbezahlte und unsichtbare Arbeit möchten wir mit diesem Hinweis sichtbar machen.*

*Anhand folgendem Erfahrungswissen haben wir diese Netiquette zusammengetragen:*

- *einer Austauschrunde mit von Diskriminierung betroffenen Content Creator\*innen, Community Manager\*innen und Online-Aktivist\*innen. Anwesend waren: LGBTIQ+, BIPOC, migrantische, behinderte, chronisch kranke und von Klassismus betroffene Personen*
- *Inspirationen aus den Gruppenregeln verschiedener Facebook-Gruppen zu Themen rund um Diskriminierung von BIPOC, behinderten und queeren Personen im englisch- und deutschsprachigen Raum*
- *der Sammlung von Erfahrungen der am Projekt beteiligten Trainer\*innen und projektteilnehmenden Organisationen: darunter Menschen verschiedener Religionszugehörigkeiten, BIPOC – Personen, migrantische, behinderte und queere Menschen*

**Wenn Du diese Regeln bzw. einen Teil davon selbst für Deine Kanäle übernehmen möchtest, bitte gib Folgendes an:**

*„Diese Regeln basieren auf gesammelten Best Practices und Erfahrungen aus der Social Media-Arbeit von Menschen, die von Diskriminierung betroffen sind, darunter: LGBTIQ+, BIPOC, migrantische, behinderte und von Klassismus betroffene Personen verschiedener Geschlechter und Religionszugehörigkeiten.“*



### Eine Netiquette allein ist nicht alles

Eine Netiquette funktioniert am besten, wenn sie in einen Moderationsleitfaden eingebettet wird, der die Abläufe regelt, die auf einen Kommentar folgen sollen.

Es ist besonders wichtig, Aktionen festzulegen, die auf einen Regelverstoß folgen.

Überlege Dir, was nach welchem Regelverstoß weiter passieren muss und fasse das in einem Moderationsleitfaden zusammen, der zur Netiquette passt.

Je mehr Arbeit Du und Deine Kolleg\*innen anfangs in die Entwicklung guter Regeln und Abläufe investierst, desto weniger Zeit vergeudest Du später in den betreffenden Situationen in wiederkehrenden Überlegungen und Debatten.

**Siehe auch**

→ **Kapitel 4.2. Moderationsleitfäden erstellen S.107**



## „Das ist es tausendmal wert, auch wenn es anfangs Zeit kostet“



@Conny (sie/ihr)

...

Wir hatten gar keine Netiquette und ich fand es sehr gut, dass wir uns hingesezt haben und gesagt haben: Was ist denn eigentlich unser Ziel? Wie fühlen wir uns überhaupt in Bezug auf unsere Positionierung? Wie soll unser Raum aussehen, in dem wir uns gerne aufhalten würden? Und dass wir gesagt haben: Eine der Marken ist ein politischer Salon und der andere ein Wohnzimmer. Und entsprechend haben wir die Regeln verfasst. Wenn man Beschimpfungen duldet, dann kommen immer mehr. Unsere Organisation will keine Beschimpfungen und auch keine Diskriminierung tolerieren. Das ist ein fester Standpunkt den wir haben. Und unsere Haltung gilt es auch zu vertreten. Das haben wir dann auch ausformuliert: eine Netiquette aufgesetzt und mehrfach nachgebessert. Die erleichtert uns die bewusste Durchsetzung von Verhaltensregeln auf den Kanälen. Bei problematischen Kommis verweisen wir auf die Netiquette. Mit der Netiquette versuchen wir, Grenzen abzustecken und positive Rahmenbedingungen zu schaffen für die Diskussionen.



@Zeynep (sie/ihr)

...

Wir haben unsere bestehende Netiquette angepasst und das war ein Lernprozess bei Allen. Wir haben Klarheit und Sicherheit gewonnen, schneller zu reagieren. Schneller zu erkennen: „Das ist nicht die Kommunikationskultur, die wir hier wollen“. Um einen sichereren Raum zu schaffen war für uns vor allem auch die Auseinandersetzung mit Aktionen hilfreich. Den Fokus wegzunehmen von der Frage: Was soll ich bloß antworten? Man tendiert so dazu, auf Sachen schnell zu antworten. Aber manchmal ist überhaupt zu antworten ja gar nicht das Richtige. Die erste Frage sollte nicht sein: Was antworte ich? Sondern: Was tue ich?



**@Jazmin** (sie/ihr)

...

Die Community muss die Regeln auf der Plattform kennen, um im Ernstfall handeln zu können. Sie sollte ja den Admin kontaktieren, wenn dagegen verstoßen wird. Man sollte deshalb in wenigen Klicks darauf zugreifen können und immer wieder darauf verlinken. Auch immer wieder darauf hinweisen, wenn etwas vorgefallen ist. Wir haben die Gruppenregeln einmal in Kurzform und einmal in längerer Form. Die Kurzform wird als längerer Post hingepinnt, beziehungsweise als Story-Highlight abgespeichert. Die längere Fassung ist auf unserer Website und wird auch in unserer Bio verlinkt. In einem extra Posting zur Netiquette haben wir auch schon Werbung dafür gemacht. Ich weiß nicht, ob sich die Community das auch wirklich durchgelesen hat, aber darum ging es auch eigentlich nicht unbedingt. Es geht ja darum, dass man sich darauf berufen kann, wenn wirklich was passiert. Und selbst dadurch Sicherheit gewinnt und auch mehr Glaubwürdigkeit. Auf jeden Fall war es auch ganz süß: Wir haben viele private Nachrichten kommen auf die Ankündigung, dass Alle das total toll finden dass wir jetzt eine Netiquette haben.

**@Azra** (sie/ihr)

...

Unsere Follower\*innen-Zahl steigt, und da ist es gut, darauf vorbereitet zu sein, was wir machen könnten, wenn wir Hasskommentare bekommen. Weil mit der Reichweite auch mehr Hass kommen könnte. Ich weiß jetzt, wie ich mit Situationen umgehen kann, und auch, an welche Beratungsstellen ich mich wenden könnte. Die Netiquette, die wir erstellt haben, finde ich besonders wichtig und hilfreich. Wir hatten keine Hasskommentare auf dem Kanal, deshalb kann ich nicht sagen, was ich in der Moderation empfehlen würde im Umgang. Aber bei anderen Accounts finde ich es als BIPOC Person wichtig, wenn ich sehe, dass die Moderation sichtbar ist und mitbekommt, was passiert. Ich fühle mich sicherer, wenn die Moderation darauf hinweist, dass rassistische Kommentare nicht stehen gelassen werden. Und die dann natürlich auch löschen. Das macht als PoC auch Hoffnung, wenn man merkt, unsere Rechte werden hier gesehen und verteidigt. Und dieses Gefühl möchte ich meinen Follower\*innen auch weitergeben auf meinem Kanal.





@Jennifer (sie/ihr)

...

Wenn man eigene Regeln für einen gesunden Dialog aufstellt, beginnt das mit der Frage: Wer sind wir? Was wollen wir hier machen? Wenn unser Kanal eine Talkshow ist, und man ihn sich als Bühne vorstellt, würde man nicht tolerieren, dass Menschen auf die Bühne rennen und rumbrüllen. Wenn er eine Art Selbsthilfegruppe oder Empowerment Raum ist, dann würde man noch mehr Schutz schaffen wollen. Dann muss man sich gut überlegen: Wie kann man Menschen vor Retraumatisierung schützen? Wenn mein Ziel ist, Bildungsarbeit gegen Radikalisierung zu machen, dann hab ich eine ganz andere Zielgruppe und dann muss ich in den Kommentaren vielleicht auch mehr aushalten. Dann muss ich da halt auch ein Team hinsetzen, was damit dann umgehen kann und auch die Expertise dafür hat. Das Mindset in der Moderation ist in einem Lernraum ganz anders als in einem Safer Space. Also am Ende geht es echt darum: Was ist das Ziel? Was ist für die Organisation ok? Was ist für die Moderator\*innen ok? Was können die leisten? Und wer ist meine Community eigentlich? In unterschiedlichen Szenen ist der Ton auch einfach unterschiedlich. Als Organisation muss man sich dann entlang dieser Ansprüche an sich und an den Kanal überlegen, wo die Grenzen der Toleranz liegen. Und auch kommunizieren, welchen Debatten prinzipiell kein Forum geboten wird.



@Florian (er/ihm)

...

In einem unserer Treffen kam die Frage auf: warum funktioniert es in manchen Plattformen, wie zum Beispiel in reddit oder in früheren Online-Foren aus den 2000er Jahren, dass da sachliche Debatten entstehen? Und die Antwort, die wir gefunden haben, ist: Jeder Thread hat da eine klare Eingangsfrage, und alles was nicht zu der Frage oder zu dem Thema passt, wird von Moderator\*innen woanders hin verwiesen. Die sind da teilweise echt streng, dass man ganz genau bei der Frage bleiben muss. Und dann heisst es: Das wird da und da diskutiert, geh bitte da hin, da wurde das ja alles schon geschrieben. Und so kommt man da mit den Diskussionen mehr in die Tiefe. Wir wollten an der Netiquette arbeiten mit dem Ziel, dass Regeln gefunden werden, die sicherstellen, dass unter jedem Post nur zum Thema des Postings moderiert wird. Nicht jede Debatte muss dort geführt werden, wo sie angesprochen wird.



**@Verena** (sie/ihr)

...

Mit dem, was man in die Netiquette schreibt, schafft man sich ja schon eine Voraussetzung dafür, worauf und wie man reagiert. Wenn man in der Netiquette schreibt, das und das wird gelöscht, dann muss das natürlich in der Moderationsguideline auch so umgesetzt werden. Wenn man nicht Null Toleranz beim Verletzen von Gruppenregeln anwendet, macht man sich unglaublich. Man muss damit konsistent sein und sollte die Sachen reinschreiben, die man dann auch wirklich durchzieht. Wir haben zum Beispiel Falschinformationen in die Netiquette aufgenommen und fahren jetzt eine strengere Linie. Das war auf unserem Kanal einfach ein riesiges Problem. Diskriminierende Fremdbezeichnungen und eindeutig diskriminierende Kommentare werden unabhängig von der Intention, mit der sie geschrieben wurden, knallhart gelöscht. Da gibt es keine Diskussion. Die Netiquette hilft schon diese verschiedenen Kategorien klarer zu sehen und wirklich zu unterscheiden. Schwierig kann es sein, subtilere Formen von Diskriminierung und Provokationen zu erkennen. Wenn jemand über längere Zeit hinweg immer wieder grenzwertig agiert und provoziert, greift man dann aber irgendwann durch. Vorsichtig vorgehen muss man, wenn Kritik an die Organisation gerichtet wird. Wir haben auch manchmal die Diskussion, was müssen wir als Organisation einfach aushalten. Sich selber da raus zu nehmen, das ist manchmal wirklich nicht einfach. Aber wenn das als persönlicher Angriff daherkommt, dann macht man klar: über deine Meinungen und Kritik können wir gerne herzlich streiten. Aber persönliche Merkmale werden hier nicht angegriffen. Bitte formulier das sachlich und respektvoll, so wie du vor mir stehen würdest und es mir auch ins Gesicht sagen würdest.

**@Janne** (sie/ihr)

...

Ich habe natürlich die Einzelteile der Netiquette immer wieder hochgehalten. Die Regeln werden jetzt immer wieder erläutert. Es sind aber halt nicht die Regeln an sich, die helfen. Sondern dass sie in einem netten Umfeld geteilt werden, das man durch sie geschaffen hat. Dass man auch sieht, was sie bewirkt. Es ist wichtig, nicht bloß einfach eine Netiquette zu schreiben, sondern auch Zeit ins Community Management zu investieren. Sprich, auch immer sofort zu unterstützen, wenn jemand angegangen wird, oder eben jemanden zu verbergen oder ganz zu sperren. Wenn jemand ganz hart gegen die Netiquette verstößt oder wenn das jemand ist, der man schon kennt. Ich hab so ne Strike List: nach dem dritten Mal Ermahnen ist es dann einfach gut.





**@Iulia** (sie/ihr)

...

Wir wollten jetzt das mit der Pappenheimer Liste noch mal ausprobieren. Die Notizen Funktionen stärker nutzen. Wenn uns jemand auffällt, das da nochmal anzumerken und wenn wir sehen, es ist jetzt das dritte Mal, dass die Person hier herumschwurbelt, dann reicht es auch mal. Wenn man eine Netiquette aufsetzt, kommt man eigentlich nicht um die Auseinandersetzung mit Moderationsguidelines herum. Man muss sich Fragen überlegen wie: Wann werden Menschen geblockt? Wie oft warnt man die? Dreimal? Fünfmal? Ist das vielleicht auch verschieden bei unterschiedlichen Arten von Verstößen? Es gibt dafür keine einfache Lösung. Es ist am Ende immer eine Ermessensfrage. Man kann sich vorab überlegen: bei welchem Level von Eskalation mache ich meine Kommentarspalten dicht? Aber im Einzelfall wird man vielleicht trotzdem diskutieren müssen. Es ist einfach eine Vorbereitung, die einen Teil der Diskussion im Team vornewegnimmt, so dass man die nicht dann führen muss, wenn die Kacke schon am Dampfen ist. Es ist schon zeitintensiv, das gut vorzubereiten, aber in den Momenten, wo es darauf ankommt, bringt es denke ich schon etwas, dass man dann handlungsfähiger ist als Team.

**@Carola** (sie/ihr)

...

Ich bin ja total Fan davon geworden, Antwortvorlagen zu erstellen. Also eben nicht jedes Mal neu zu überlegen: Wie reagiere ich auf bestimmte Vorwürfe und Themen?, Sondern einen Katalog von Antwortvorlagen mit Kernbotschaften zu haben, die man sich rauskopieren kann und die man dann auf den Einzelfall anpassen kann. Sich so einen Fundus zu erstellen, das ist es tausendmal wert, auch wenn es anfangs Zeit kostet. Im Kern kommen die Themen ja immer und immer wieder. Und jedes Mal dazu sitzen und zu überlegen, was antworte ich jetzt, formuliere ich, es frisst wahnsinnig viel Zeit, und wahnsinnig viel Energie. Man überlegt sich dann gute Prozesse dafür, die Vorlagen zu erstellen. Wenn wir eh mit Autor\*innen arbeiten dann sagt man denen: mach uns doch mal gleich Antworten zu diesem Thema mit. Mittlerweile haben wir einen ersten Aufschlag für Textbausteine beisammen.



**@Anissa** (sie/ihr)

...

Für Situationen, in denen ich sehr gestresst bin, hab ich jetzt Handzettel, die ich mir an den Schreibtisch hängen kann und wo ich nochmal drauf gucken und mich an die Strategien erinnern kann. Es ist ressourcensparend. Und auch für einen selber einfach so viel besser. Weil das halt einfach total die Arbeit erleichtert und vereinfacht. Ich habe dadurch weniger Mental Load. Ich habe Sicherheit gewonnen im Umgang: wie reagiere ich? Was schreibe ich? Ich treffe klarere Entscheidungen.

**@Junis** (dey/dem / ohne)

...

Als Moderation geht es darum, für jede wichtige Debatte, die die Community interessiert, aktiv einen eigenen Raum zu schaffen. Und dass man die Leute in die jeweiligen Räume führt. Das ist vielleicht ein bisschen so wie eine Konferenz, wo parallel in verschiedenen Workshops unterschiedliche Themen diskutiert werden, und am Eingang steht ein Raumbelegungsplan. Und man selbst ist vielleicht das Personal, das da rumsteht und das man fragen kann: Entschuldigung, wo findet die Podiumsdiskussion zum Thema Gendern statt, und wo finde ich bitte Raum B-102? Als Organisation überlegt man sich: Was wünscht sich meine Community an Themen? Man fragt nach Vorschlägen. Dann überlegt man: welche Workshops biete ich an, und welche nicht? Vielleicht verweist man sogar zu Postings von anderen Organisationen, wo mehr Expertise zu einem Thema vorhanden ist und die Debatte zielführender geführt wird? Wir sollten uns wirklich überlegen: wie bringen wir mehr Ordnung in die Debatten im Netz. Wann diskutieren wir was, und wie gestalten wir sachlichen und demokratischen Diskurs? Ich denke, dass man die Debatten, die man moderiert, auch nicht unbedingt vermischen sollte mit der eigenen Haltung als Organisation zu den Themen. Um selbst die eigene Meinung darzustellen, könnte man für wiederkehrende Themen FAQs schreiben oder Stellungnahmen, die man auch an entsprechenden Stellen anpinnt. Aber um so eine Debatte gut zu gestalten, reicht es nicht, die eigene Meinung raus zu hängen. Vielleicht wäre das eher ein interessanter Ansatz, das wirklich als Konferenz zu denken und zu überlegen: wenn ich diese Debatte an der Stelle führe, dann welche Expert\*innen lade ich zu einem Q&A in der Kommentarspalte ein? Da greifen Content Creation und Moderation auch eng ineinander.



# 5.

# Verbergen, melden, blocken



## „Wir sollen nichts zensieren“



@Ethan (er/ihm)

...

Uns fehlt einfach das Wissen zur aktuellen Rechtslage. Mit dem Netz DG kennen wir uns schon nicht gut aus. Und jetzt auch noch der Digital Services Act und Digital Markets Act. Mit Datenschutz das ist auch eine Sache. Das hört echt nie auf irgendwie mit immer neuen Entwicklungen. Wenn wir das in der Netiquette stehen haben, dass wir justiziable Kommentare löschen, dann müssen wir schon auch die aktuelle Gesetzeslage kennen und wissen: Was ist justizierbar? Wir haben schon den Anspruch, auch entlang des geltenden Gesetzes zu moderieren. Wir haben da Hemmungen, stärker durchzugreifen. Wir wollen auch nichts löschen, was eigentlich rechtlich in Ordnung ist.



@Franziska (sie/ihr)

...

Also aus unserer Community hören wir schon eher so, dass man auf keinen Fall irgend-etwas löschen darf. Dass alle zu Wort kommen sollen und ihre Meinung sagen sollen, auch wenn das kritische Meinungen sind. Wir sollen nichts zensieren oder „canceln“. Wir versuchen sehr viel, auf Nörgler einzugehen. Aber es ist einfach zu viel. Wenn man auf die eingeht, dann schreiben die nur immer mehr und es ist auch oft persönlich beleidigend gegen uns.





## 5.2. Rechtliche Rahmenbedingungen

Die verschiedenen Formen digitalisierter Gewalt sind keine eigenen Straftatbestände. Vielmehr handelt es sich um Straftatbestände, die es bereits vor dem Aufkommen von Social-Media-Plattformen gab. Zum Beispiel ist "Hate Speech" kein Straftatbestand, sondern fällt – je nach Art des Kommentars – eventuell zum Beispiel unter Volksverhetzung, üble Nachrede, verhetzende Beleidigung oder Bedrohung.

Mithilfe des Netzwerkdurchsetzungsgesetz (NetzDG) sollen in Deutschland geltende Gesetze im Netz leichter durchgesetzt werden. Es ist seit 2017 in Kraft. Große Plattformen sind verpflichtet, strafrechtlich relevante Inhalte zu entfernen.

Der Digital Services Act (DSA) regelt die Probleme auf europäischer Ebene. Sein Ziel ist es, Grundrechte im Netz zu schützen und gleiche Bedingungen für verschiedene Plattformen im Wettbewerb zu schaffen. Er bindet die Plattformen an die Umsetzung von Mindeststandards und soll garantieren, dass Plattformen Inhalte entfernen müssen. Er ist seit 2022 in Kraft und soll in Deutschland

über das Digitale-Dienste-Gesetz (DDG) umgesetzt werden.

Im rechtlichen Bereich hat sich in den letzten Jahren immer wieder etwas verändert und es wird sich auch weiterhin verändern. Für Laien ist es schwer, den Überblick zu behalten.

Jedoch gibt es dafür eine Hilfestellung: Wenn man sich unsicher ist, ob etwas strafrechtlich relevant ist, kann man sich jederzeit eine Einschätzung einer Meldestelle abholen. Und diese können Dir auch mit dem weiteren Verlauf helfen:

Eine Meldestelle kann eine erste Einschätzung abgeben, und wenn der Kommentar strafrechtlich relevant ist, eine Anzeige auf den Weg bringen. Das ist bei vielen Straftatbeständen sogar anonym möglich. Dann wird im Namen der Staatsanwaltschaft angezeigt, ohne dass man persönlich die Anzeige vornehmen muss. Sogenannte Trusted Flaggers helfen, den DSA umzusetzen und über eine Meldung bei der Plattform die Entfernung eines Postings auf der Plattform schneller durchzusetzen.



**Überblick über einige relevante Gesetze in Deutschland:**

- Kennzeichen und Propagandamittel verfassungswidriger Organisationen §86 StGB
- Aufforderung zu Straftaten §91, §111, §126 StGB
- Volksverhetzung §130 StGB
- Gewaltdarstellung §131 StGB
- Belohnung und Billigung von Straftaten §140 StGB
- Beschimpfung von Bekenntnissen, Religionsgesellschaften und Weltanschauungsvereinigungen §166 StGB
- Verbreitung kinderpornografischer Inhalte §184 StGB
- Beleidigung §185 StGB
- üble Nachrede und Verleumdung §186, §187 StGB
- Verunglimpfung des Andenkens Verstorbener §189 StGB
- Verletzung des persönlichen Lebensbereichs und von Persönlichkeitsrechten durch Bildaufnahmen §201 StGB
- Bedrohung §241 StGB
- Nötigung §240 StGB
- Nachstellung §238 StGB
- verhetzende Beleidigung §192a StGB
- Gefährdendes Verbreiten personenbezogener Daten §126a StGB
- Unerlaubte Verwertung urheberrechtlich geschützter Werke §106 UrhG

Hier eine Handreichung zu Hasskommentaren und Strafbarkeit: E-Book Hasskommentare von anwalt.org <https://www.anwalt.org/wp-content/uploads/ebook-hasskommentare.pdf>



## **Anlaufstellen**

### **Meldestellen**

Meldestellen helfen Dir bei einer ersten Einschätzung, sowie einer Anzeige – in vielen Fällen sogar anonym!

Trusted Flaggers wie z.B. die Meldestelle Respect helfen Dir bei der Entfernung des justiziablen Postings von der Plattform.

### **Beratungsstellen**

Beratungsstellen geben dir eine rechtliche Einschätzung, unterstützen Dich, einen Umgang mit einem Vorfall zu finden, und vermitteln Dir ggf. geeignete Fachanwält\*innen.

Rechtliche Beratung erhältst Du zum Beispiel hier:

- Hate Aid
- Hatefree
- Safe im Recht
- Die Beratungsstellen des VBRG (Verband der Beratungsstellen für Betroffene rechter, rassistischer und antisemitischer Gewalt)
- Frauenberatungsstellen

**Siehe auch**  
**Outro: Meldestellen Liste Seite 263**



## 5.3. Kommentare melden und anzeigen

### Strategie: Bei der Plattform melden

#### Kontext:

- ➔ Kommentare und Accounts melden, die gegen die Community Richtlinien der Plattform verstoßen.

#### Vorteile:

- ➔ Jede Plattform hat Community Guidelines. Die Plattform betreibt Deplatforming. Das bedeutet, dass Kommentare und Nutzer\*innen, die gegen die Community Guidelines verstoßen, von der Plattform entfernt werden können. Wiederholungstäter\*innen können dadurch von der Plattform verschwinden.

#### Herausforderungen:

- ➔ Die Regeln sind je nach Plattform verschieden und es ist aufwendig, sich in deren Community Richtlinien einzuarbeiten.
- ➔ Content Moderator\*innen bei Plattformen arbeiten oft überlastet in schlechten Arbeitsbedingungen und müssen unter hohem Zeitdruck schwierige Entscheidungen fällen. Je nachdem, wie viele Content Moderator\*innen die Plattform beschäftigt, sind die Plattformen tendenziell überfordert und unzuverlässig. Viele Meldungen werden durch automatische Bots geprüft. Die jeweilige Plattform macht daher eventuell gar nichts oder sie moderiert relativ willkürlich.
- ➔ Es besteht die Gefahr von Überregulation und Silencing durch die Plattformen.
- ➔ Plattformen entfernen Kommentare. Wenn die Plattform den Kommentar nicht selbst strafrechtlich meldet, wird es entsprechend schwieriger, Kommentare strafrechtlich zu verfolgen, nachdem die Plattform sie entfernt hat. Dadurch gibt es dann weniger Nachverfolgungsinformationen.
- ➔ Das Deplatforming von Accounts ist umstritten. Es bewirkt unter Umständen nichts, wenn Nutzer\*innen einfach neue Accounts anlegen. Es lohnt sich vor allem bei Accounts mit hoher Reichweite, die sie dann neu aufbauen müssten.





**Lösungsansätze:**

Content bei Facebook melden <https://www.facebook.com/help/181495968648557/>

Content bei Instagram melden <https://help.instagram.com/165828726894770/>

Content bei TikTok melden <https://www.tiktok.com/legal/report/feedback>

Content bei LinkedIn melden: <https://www.linkedin.com/help/recruiter/answer/a1344213/recognizing-and-reporting-spam-inappropriate-and-abusive-content>

**Tipp:** Sogenannte Trusted Flagger Organisationen (wie zum Beispiel die [Meldestelle Respect](#)) helfen bei der Umsetzung des Digital Services Act und helfen bei der schnelleren Entfernung von Postings von der Plattform.

**Strategie: Bei der Meldestelle melden**

**Kontext:**

An Meldestellen kannst Du Dich wenden:

- ➔ Beim Verdacht, dass es sich um eine Straftat handelt.
- ➔ Um eine rechtliche Einschätzung zu bekommen.
- ➔ Wenn Du möchtest, dass etwas anonym im Namen der Staatsanwaltschaft angezeigt wird.
- ➔ Um eine Entfernung von der Plattform schneller durchzusetzen (bei Trusted Flaggers)
- ➔ Um die wissenschaftliche Erfassung von Fällen von Gewalt und Diskriminierung zu ermöglichen beim Melden bei spezialisierten Meldestellen (z.B. Meldestelle Antisemitismus, Meldestelle antimuslimischer Rassismus, Meldestelle Antifeminismus, etc.).



### Vorteile:

- Mithilfe von Meldestellen kann sich gegen strafrechtlich relevante Kommentare zur Wehr gesetzt werden. Meldestellen können helfen, geltendes Recht durchzusetzen. Bei einer Anzeige können zum Beispiel hohe Geldstrafen fällig werden (tausende Euros!). Dadurch sind Abschreckungseffekte möglich.
- In vielen Fällen ist eine Anzeige auch anonym möglich. Meldestellen geben den Vorfall direkt an die Staatsanwalt, die die Anzeige bei bestimmten Straftaten selbst übernimmt.
- Trusted Flagger Organisationen (wie z.B. die [Meldestelle Respect](#)) können helfen, mithilfe des Digital Services Act (ein Gesetz der EU) strafbaren Content schneller von der Plattform entfernen zu lassen.
- Einige spezialisierte Meldestellen erfassen Vorfälle wissenschaftlich, weil die Dunkelziffer was Fälle von digitalisierter Gewalt und Diskriminierung betrifft hoch ist. Eine höhere Gewissheit über die Anzahl und Art von Vorfällen kann helfen, politischen Druck auszuüben und das Thema rechtlich in Zukunft besser abbilden und regulieren zu können.

### Herausforderungen:

- Viele verschleierte Kommentare, die subtil diskriminierend sind, sind strafrechtlich gar nicht relevant.
- Meldestellen gehen mit emotionaler Betroffenheit evtl. unsensibel und trocken um ("das ist *nur Hate Speech*, aber nicht justiziabel").
- Meldestellen sind zudem unter Umständen nicht für Kommentare zuständig, die von Personen außerhalb des eigenen Landes verfasst wurden.
- Bei manchen Straftatbeständen ist eine anonyme Anzeige nicht möglich. Dann muss man sich entscheiden, ob man dennoch anzeigen möchte – das bedeutet, dass dem Täter evtl. Daten zur eigenen Person bekannt werden.

### Vorgehen:

- Screenshot des Kommentars oder Postings und des Links zum Kommentar oder Posting auf der Website der Meldestelle im Meldeformular einfügen
- Ggf. weitere Informationen sichern: Screenshot und Link des dazugehörigen Profils, Kontext (Thema des Postings, Verlauf der Debatte), wenn es zum Verständnis des Kommentars relevant ist.
- Antwort der Meldestelle abwarten.

**Siehe auch**  
**Outro: Meldestellen Liste Seite 263**



### **Strategie: Bei der Polizei anzeigen**

#### **Kontext:**

- ➔ Bei Gefahr in Verzug
- ➔ Das könnte z.B. in Fällen von Doxing (veröffentlichte Adresse), Cybergrooming oder Cyberstalking sein, wenn akutes Handeln vor Ort erforderlich ist.
- ➔ Bei eindeutig strafbaren Vorfällen im Zusammenhang mit Vorfällen am Ort, zum Beispiel im Kontext der Bedrohung einer Veranstaltung.

#### **Vorteile:**

- ➔ Möglichkeit der Intervention bei gefährlichen Situationen.
- ➔ Handeln vor Ort mithilfe (bewaffneter) Beamter.

#### **Herausforderungen:**

- ➔ Die Hemmschwelle, anzuzeigen, ist hoch. Viele Menschen sind überfordert: Wie erstatte ich überhaupt Anzeige?
- ➔ Das Vertrauen in die (lokale) Polizei muss gegeben sein, dass dort mit digitalisierter Gewalt, sexualisierter Gewalt und Diskriminierung angemessen umgegangen wird.
- ➔ Häufig fehlt es in den Behörden leider noch an fachlicher Qualifikation zu digitalisierter Gewalt, und manchmal auch grundlegend an Sensibilität im Umgang mit Betroffenen von Gewalt oder Diskriminierung.
- ➔ Strafanzeigen im eigenen Namen können zur Folge haben, dass man bei Einreise in andere Länder Probleme bekommt.
- ➔ Dem Täter werden durch eine Anzeige im eigenen Namen eventuell Details über die eigene Person bekannt, auch wenn keine strafrechtlichen Konsequenzen folgen.



**Lösungsansätze:**

- ➔ Sich präventiv bei Beratungsstellen oder im eigenen Umfeld über Erfahrungen mit lokalen Behörden informieren.
- ➔ Sich bei lokalen Behörden informieren, ob sie für digitalisierte Gewalt gut aufgestellt sind.
- ➔ Sich vorab informieren, welche spezialisierten Anlaufstellen für Cyberkriminalität es in Deinem Bundesland gibt.
- ➔ Wenn keine akute Gefahr im Verzug ist, lohnt sich die Rücksprache mit einer spezialisierten Beratungsstelle, bevor man anzeigt (z.B. für sexualisierte Gewalt oder für rechte Gewalt, je nach Art des Angriffs).
- ➔ Zusätzliche Einschätzungen von Beratungsstellen einholen, auch wenn man sich zur Anzeige entschieden hat.

**Vorgehen:**

- ➔ Bei Gefahr im Verzug lokale Polizei anrufen und auf Bedrohungslage hinweisen (z.B. Es wird zu Gewalt im Rahmen einer Veranstaltung Deiner Organisation am selben Abend aufgerufen, o.ä.).
- ➔ Du kannst Vorfälle bequem auch online bei Online-Wachen anzeigen (nicht bei Gefahr im Verzug)
- ➔ Wenn eine Meldestelle einen Vorfall als justiziabel einstuft, ihn aber nicht selbst mithilfe der Staatsanwaltschaft anzeigen kann, kann sie Dir dennoch Kontakte zu spezialisierten Fachstellen bei der Polizei oder zu Fachanwält\*innen vermitteln. Lass Dich von einer Beratungsstelle zur Anzeige beraten



### **Strategie: Beweise sammeln - Screenshots sichern**

#### **Kontext:**

- ➔ Screenshots werden von (vermutlich) strafrechtlich Inhalten gemacht, um sie bei der Meldestelle zu melden oder anzuzeigen.
- ➔ Screenshots von (vermutlich) nicht strafrechtlich relevanten Vorfällen können an spezialisierte Meldestellen gemeldet werden, die zu Forschungszwecken Kommentare und Postings zu bestimmten Themen sammeln.
- ➔ Es ist auch möglich, Screenshots von Inhalten zu machen, die man für eigene Zwecke später sichern möchte: Nicht unbedingt mit der Intention, sie anzuzeigen. Es kann auch dazu dienen, Deine „Pappenheimer“ im Blick zu behalten.

#### **Vorteile:**

- ➔ Den Überblick behalten, was auf den Kanälen Problematisches passiert.
- ➔ „Pappenheimer“ im Blick behalten.
- ➔ Kooperation mit forschenden Meldestellen oder Beratungsstellen, die gegen digitalisierte Gewalt vorgehen bzw. Informationen sammeln.
- ➔ Auf lokaler Ebene: Sich einen Überblick verschaffen, mit wem man es eigentlich zu tun hat, zum Beispiel mithilfe der mobilen Beratungen gegen Rechtsextremismus.

#### **Herausforderungen:**

- ➔ Beweise zu sammeln, kann aufwendig sein. Es muss ein datenschutzkonformes Konzept zum Archivieren erarbeitet werden.



**Lösungsansätze:**

- ➔ Wenn Strafanzeige erstattet werden soll, muss der Kommentar eindeutig festgehalten werden. Dafür sollten rechtssichere Screenshots gemacht werden. Der *vollständige Kommentar, Datum & Uhrzeit, Name des oder der User\*in, URL des Profils* müssen zu sehen sein. Außerdem sollte der *Kontext* gesichert werden, in welchem der Kommentar verfasst wurde. Am Ende alles als PDF speichern zum Hochladen bei der Meldestelle.
- ➔ Wenn es um das Sichern von Screenshots zu eigenen Zwecken geht, musst Du auf Datenschutzbestimmungen achten und mit Deinem Team ein datenschutzkonformes Konzept zum Speichern und Löschen der personenbezogenen Daten überlegen.
- ➔ Sichern kannst Du, je nach Zielsetzung: Screenshot und Link des jeweiligen Kommentars, Screenshot und Link des Profils das den Kommentar verfasst hat, Thema des Postings und Verlauf der Diskussion zur Sicherung des Kontext.

**Ausführliche Anleitungen zur Erstellung von rechtssicheren Screenshots gibt es hier:**

Rechtssichere Screenshots / Hate Aid: <https://hateaid.org/rechtssichere-screenshots/>

Rechtssichere Screenshots / VBRG: <https://verband-brg.de/rechtssichere-screenshots/>



## 5.4. Rechtssichere Screenshots

Um Kommentare zu melden und anzuzeigen, sollten vorher rechtssichere Screenshots angefertigt werden. Das ist wichtig für den Fall, dass die Kommentare in der Zwischenzeit entfernt werden. Solche Screenshots sollten ordentlich strukturiert in einem dafür angelegten Ordner aufbewahrt werden. Reflektiert im Team, wie ihr das datenschutzkonform umsetzen könnt und vereinbart Regeln.

### Kurze Anleitung:

Um rechtssichere Beweise anzufertigen, wird Folgendes benötigt:

- Screenshot des vollständigen Kommentars, der gemeldet werden soll
- Datum und Uhrzeit des Kommentars + URL des Kommentars
- (User-)Namen der\*des mutmaßlichen Täters / Täter\*in
- Profil der\*des mutmaßlichen Täters / Täter\*in als Screenshots, auf dem auch die URL des Profils sichtbar ist + kopierter URL
- Kontext sichern – auf welche Beiträge/ Kommentare reagiert der anzuzeigende Beitrag
- Speichere alle Inhalte in einem Dokument als Textdatei und PDF



So kannst Du die genaue Uhrzeit und das Datum der Veröffentlichung eines Beitrags oder Kommentars sichtbar machen, um sie auf einem rechtssicheren Screenshot festhalten:

Instagram:

*Fahre mit der Maus über die Zeitangabe – es wird ein kleiner Kasten mit dem tatsächlichen Datum sichtbar.*

Facebook:

*Rechtsklick auf die graue Zeitangabe: Es erscheint ein Fenster "Link in neuem Tab öffnen". Bewege die Maus: "Zeitangabe". Das genaue Datum und die Uhrzeit des Posts werden sichtbar.*

Tiktok:

- 1. Sichern von Videos: Klicke auf den "Teilen"-Button und speichere das Video als Datei*
- 2. Kommentar zu Videos: Lade das Video wie in Punkt 1 herunter und halte den Kommentar als Screenshot fest.*

**Tools für rechtssichere Screenshots**

Netzbeweis hilft, Kommentare zu sichern: <https://www.netzbeweis.com/web/>

Diese Tools helfen Dir, alle wichtigen Details wie Datum und Uhrzeit für rechtssichere Screenshots sichtbar zu machen:

YouTube: [Hadzy - Youtube comments search](#)

Twitter: Atomshot - [atomshot - Chrome WebStore \(google.com\)](#)





## 5.5. Verbergen und Blockieren

### Umgang mit störenden Nutzer\*innen

Wie kann man mit problematischen oder störenden Nutzer\*innen umgehen?

Erstmal ist wichtig, genau zu beobachten. Wenn die Person nur ein wenig unfreundlich pöbelt, kann es manchmal auch in Ordnung sein, einfach nichts zu tun, und zu schauen, ob die Person vielleicht nur einen schlechten Tag hatte.

Verstöße gegen die Netiquette sollten verborgen werden.

Justiziable Kommentare sollten bei der Meldestelle gemeldet werden.

Darüber hinaus kann man Nutzer\*innen bei schwerwiegenden oder wiederholten Vorfällen vorübergehend sperren oder dauerhaft blocken.

Natürlich hängt es auch von der Schwere des Verstoßes ab.

Lege Dir am besten einen Workflow zurecht:

Drei Verwarnungen → Blocken. Oder so ähnlich.

Mache Dir Notizen mithilfe eines Tools oder einer einfachen „Pappenheimer“-Liste.

Auf den folgenden Seiten ein Überblick über verschiedene Strategien.



### Strategie: Verbergen

#### **Kontext:**

- ➔ Ein Kommentar verstößt gegen Deine Netiquette (das Hausrecht des Kanals), die Community Guidelines der Plattform (das Hausrecht der Plattform) oder gegen geltendes Recht.

#### **Vorteile:**

- ➔ Der Kommentar kann Betroffenen nicht weiter schaden.
- ➔ Die Person, die den Kommentar geschrieben hat, sieht nicht, dass der Kommentar verborgen wurde (auf manchen Plattformen im Unterschied zum Löschen des Kommentars).
- ➔ Im Unterschied zum Löschen bleibt der Kommentar für eventuelle Strafverfolgung weiter zugänglich. Man sollte solche Kommentare deshalb nie löschen. Immer nur verbergen.

#### **Herausforderungen:**

- ➔ Diskriminierung und Gewalt werden durch das Verbergen unsichtbar. Der Raum kann sich dann unrealistisch sicher anfühlen und das kann Menschen animieren, Dinge zu teilen, die sie in einem unsicheren Raum nicht teilen sollten.
- ➔ Es passiert außerdem keine Bildungsarbeit. Für die Zeit, die der Kommentar sichtbar ist, bleibt er unwidersprochen und kann mitlesende Menschen beeinflussen.
- ➔ Es bleibt auch unsichtbar, wer Widerrede leisten würde – und damit, wer für Betroffene als verbündete Person ansprechbar wäre.

#### **Lösungsansätze:**

- ➔ Es reicht nicht, Kommentare einfach nur zu verbergen. Das allein macht den Raum nicht sicherer. Es ist wichtig, Verfasser\*innen zu beobachten, ihre Profile zu checken und Kommentare, die gegen die Community Guidelines verstoßen, bei der Plattform zu melden. Kommentare, die gegen Gesetze verstoßen, sollten bei der Meldestelle gemeldet werden, damit die Staatsanwaltschaft Anzeigen stellen kann.
- ➔ Wenn Kommentare gegen die Netiquette verstoßen, sollten Verfasser\*innen verwarnet, weiterhin beobachtet und spätestens bei mehrfachen Verstößen geblockt werden.



- ➔ Um keine falsche Sicherheit vorzutäuschen kannst Du Ersatzkommentare schreiben, wie z.B.: „wir haben unter diesem Posting ein rassistisches Kommentar entfernt“. Um für Betroffene Sichtbarkeit herzustellen, wer sie unterstützt und auf ihrer Seite ist. Das könnte noch mit der Aufforderung verbunden werden: „Antworte mit <3 auf diesen Kommentar, wenn du dafür bist, dass wir in der Moderation Betroffene schützen.“
- ➔ Eine Möglichkeit, Bildungsarbeit zu machen, die sonst per Gegenrede erfolgen könnte, ist das Aufgreifen von Themen aus den Kommentaren, um daraus ein eigenes, aufklärendes Posting zu verfassen. Besonders bei wiederkehrenden Themen sollte das in Betracht gezogen werden. Dabei sollten Narrative und Framings nicht wiederholt werden, sondern nach Möglichkeit eigene Framings gesetzt werden.

### Strategie: User\*in sperren

#### **Kontext:**

- ➔ Einmaliger Verstoß gegen die Netiquette, bei dem eine Verwarnung nicht ausreicht.
- ➔ Unauffälliges Profil.
- ➔ Verdacht, dass die Person bloß einen schlechten Tag hatte und generell noch erreichbar ist.

#### **Vorteile:**

- ➔ Personen werden für einen bestimmten Zeitraum gesperrt und sehen so eine Konsequenz für ihr Verhalten. Man gibt ihnen aber eine Chance, sich mit den Regeln zu befassen und sich in Zukunft anständig zu benehmen.

#### **Herausforderungen:**

- ➔ Nutzer\*innen verstehen eventuell nicht, warum sie gesperrt wurden. Stänkern später herum oder schicken Nachrichten an die Moderation.

#### **Lösungsansätze:**

- ➔ PN senden und klar benennen, gegen welche Regel der Netiquette verstoßen wurde (eine nummerierte Netiquette hilft).
- ➔ Freundlich und de-eskalierend bleiben und sagen, dass Person gerne in kurzer Zeit wieder in der Online Community willkommen ist, aber dass sie bitte das Hausrecht des Kanals in der Netiquette beachten soll.



### **Strategie: User\*in blockieren**

#### **Kontext:**

- Wiederholte Verstöße gegen die Netiquette.
- Systematisches Spammen oder "Trolling".
- Einmaliger sehr schwerwiegender Verstoß.
- Eventuell verbunden mit einem auffälligen Profil, das auf gezieltes Verhalten hindeutet.

#### **Vorteile:**

- Nutzer\*innen können dann nicht mehr spammen oder trollen.
- Gezielte Shitstorms mit Fake Accounts können präventiv verhindert werden.

#### **Herausforderungen/ Nachteile:**

- Nutzer\*innen kommen evtl. mit neuen Accounts wieder.

#### **Lösungsansätze:**

- Profile checken.
- Profile beobachten, die frisch angelegt sind oder kein ordentliches Profilbild haben.
- Eventuell mit befreundeten Organisationen Block-Listen teilen.
- Tools nutzen wie z.B. die Block Party App <https://www.blockpartyapp.com/>



### Strategie: Türpolitik

#### **Kontext:**

- Bei geschlossenen Gruppen.
- Menschen präventiv nicht einlassen.
- Einen sicheren Rahmen für eine Community schaffen durch harte Türpolitik.

#### **Vorgehen:**

##### In sozialen Netzwerken:

- Gruppe ggf. auf privat schalten. Mitglieder privat einladen.

##### Öffentlich sichtbare Gruppen:

- Profile checken
- Fragen beantworten lassen
- Gruppen-Regeln zustimmen lassen.

##### Messenger-Gruppen (z.B. Telegram, Signal, WhatsApp, ...):

- keine fremden Personen einlassen, z.B. nicht über Gruppen-Links.
- neue Menschen müssen von einer vertrauenswürdigen Person bestätigt werden
- Anzahl der Personen festsetzen, die bestätigen müssen, dass die Person vertrauenswürdig ist (mindestens 1 Bestätigung, mindestens 2 Bestätigungen von 2 Personen, o.ä.)
- Gruppen-Regeln anpinnen und regelmäßig darauf verweisen.



## „Wir machen halt von unserem Hausrecht Gebrauch“



@Sabine (sie/ihr)

...

Die wichtigsten Erkenntnisse für mich waren, dass wir ja echt ein Hausrecht für unseren Kanal haben können. Und dass wir das nicht alles mit dem Gesetz abgleichen müssen. Das wäre ja auch wirklich unrealistisch. Und dass wir selber mehr die Meldefunktion benutzen und auch die Meldestelle beauftragen können, das für uns zu prüfen. Dafür löschen wir die Kommentare nicht, sondern verbergen sie erstmal, damit die rechtliche Verfolgung möglich ist. Für den Fall, dass es justiziabel ist. Wir haben da eine Anleitung liegen zum Anfertigen von rechtsgültigen Screenshots mit Datum, Uhrzeit, URL und verlinken da auch zu Handreichungen zum Nachlesen. Wenn es wirklich mal justiziabel ist, muss man das natürlich abwägen. Also in vielen Fällen kann das ja die Meldestelle auch selbst strafverfolgen. Aber wenn das jetzt so Sachen sind wie persönliche Beleidigungen gegen uns, ja klar, das muss man dann schon abwägen: Nehmen wir das dann auf uns, das jetzt anzuzeigen? Das bespricht man natürlich im Team. Die Verantwortung sollte dafür nicht bei einer Person liegen.



@Iulia (sie/ihr)

...

Wir sind mutig, was das Verbergen angeht. Wir machen das relativ viel. Ehrlich gesagt blockieren wir auch viele Leute. Also da haben wir nicht so die Berührungsängste. Wir machen halt von unserem Hausrecht Gebrauch, wenn wir mehr löschen. Einen Rahmen zu setzen ist wichtig: auf die Netiquette hinzuweisen, Kommentare zu verbergen und zu melden, Profile zu kicken. Das ist auch für die Community gesünder.





@Karo (sie/ihr)

...

Eine Sache, an der wir noch arbeiten ist: Einfach nur Löschen macht den Hass ja unsichtbar. Das verzerrt die Realität und täuscht Sicherheit vor. Wir probieren aus, wie man dort am besten ein Ersatzposting macht und das aufzeigt und erinnert, dass das passiert. Wie man das am besten formuliert. Zum Beispiel: „An dieser Stelle fand ein transfeindlicher Kommentar statt“. Oder wie schreibt man das am besten? Also wir möchten, dass wir einen Transparenz -Post machen, dass etwas passiert ist. Aber wir möchte es nicht nochmal reproduzieren. So transparent wie möglich machen, dass etwas passiert ist, aber ohne diese Dinge zu wiederholen.



@Melanie (sie/ihr)

...

Wir hatten dieses Mal einen großen Wagen auf dem CSD dabei: Und haben dann auf YouTube tatsächlich auch einfach mal die Kommentar Spalte zugemacht, weil wir gesagt haben, da kommt keine konstruktive Diskussion dazu zusammen, sondern da wird eh nur Hass abgeladen. Und das wollen wir einfach nicht. Das knallhart einzuschränken, neeee, das ist ja auch eine Option. Manche Kanäle machen das ja auch, dass nur die Kanäle mit einem sprechen dürfen, denen man auch zurück gefolgt ist. Das schließt leider natürlich auch nette Leute aus. Ich denke, wichtig ist immer, zu schauen, was für einen Rahmen möchte ich halten und ein bisschen abstecken.





@Franziska (sie/ihr)

...

Was das Thema Löschen betrifft, da hat sich im Kopf ein Schalter umgelegt. Wir haben die Angst vor der bösen „Cancel Culture“ abgelegt. Wenn wir was löschen, dann ist das nicht Zensur. Das ist unser Hausrecht, unsere Kanäle positiv zu gestalten – und das setzen wir durch. Es ist ja nicht so, als ob wir unüberlegt alles weglöschen, was uns nicht gefällt. Aber wir müssen klare Regeln zeigen. Sich klarzumachen: Was würdest du im echten Leben anhören und was eben nicht? Und klare Grenzen zu ziehen. Also auch klipp und klar zu sagen: „Sorry, aber das ist jetzt keine Meinungsfreiheit mehr, das ist eine Beleidigung, was du eben geschrieben hast. Und das muss ich mir nicht anhören“. Oder „Das ist rassistisch, was du da geschrieben hast, und das entspricht nicht unserer Netiquette. Damit schüchterst du Leute ein und das beschränkt dann deren Recht auf Meinungsfreiheit“. Ganz klar zu sagen: „Stopp“. Im Community Training haben wir auch gesehen, dass die Community sich schon auch wünscht, dass wir auch mal durchgreifen. Und dass sie eigentlich auch unter dem Tonfall da leiden. Man kann auch sagen: „Hör mal, du kannst gerne deine Kritik nochmal anders formulieren, wir wollen die nicht zensieren. Aber wenn du diese homofeindliche Aussage da stehen lässt, dann müssen wir den Kommentar halt entfernen“. Wir ermutigen uns gegenseitig, für uns einzustehen: #TigerNichtMäuschen - WIR gestalten diesen Kanal.



@Ailia (sie/ihr)

...

Wir schauen uns die Profile an. Und wenn es aussieht, als wären das Profile, die gezielt dafür da sind, um Falschinformation zu streuen, dann werden die geblockt. Großzügiges Blocken hilft, nicht nur mich, sondern auch Follower zu schützen. Es gibt auch Blocker Tools. Man kann Blocklisten benutzen und es gibt auch so Browser- Add-Ons. Und man kann selbst Blockempfehlung an befreundete Accounts weiterverbreiten.





# 6. Counter Speech bei grenzwertigen Kommentaren



## „Wann antworte ich, wann nicht?“



@Meryem (sie/ihr)

...

Wir würden gerne mehr Sicherheit entwickeln: Wann antworte ich, wann nicht? Aus welcher Haltung wird ein Kommentar verfasst? Wie kann ich diese Haltung erkennen? Und wie kann ein entsprechender Gegenkommentar verfasst werden? Was sind passende Antworten und worauf sollte ich dabei achten? Wie kann ich Grenzen aufzeigen in den Kommentaren?



@Samuel (er/ihm)

...

Gegenrede ist einfach super mühselig und zeitaufwendig. Das können wir in unserem Alltag einfach nicht leisten. Unsere Kapazitäten im Community Management sind eh super begrenzt und wir schaffen eigentlich kaum mehr, als die schlimmsten Kommentare zu verbergen. Wir wollen ja unsere Haltung klar machen. Aber der Anspruch, dass wir auch noch gegenreden sollen, der ist schon hoch. Da muss es doch andere Möglichkeiten geben.



**@Yela** (sie/ihr)

...

Die Frage ist, denke ich, immer: Möchte eine betroffene Person überhaupt, dass man (öffentlich) zu dem Thema was sagt? Dann kommen da auch weitere Reaktionen drauf. Und die Frage ist: Hat die Person überhaupt die Kraft dafür, sich mit mehr Reaktionen auseinanderzusetzen? Das kann Betroffenen manchmal mehr schaden als helfen.

**@Sandy** (sie/ihr)

...

Wir sollen als Organisation politisch neutral sein und Raum für verschiedene Positionen und Debatten lassen. Das macht schon auch Angst, irgendwas Falsches zu schreiben, wo man sich vielleicht zu weit aus dem Fenster lehnt und die Organisation nicht dahintersteht.

**@Malik** (er/ihm)

...

Ich finde, ob Gegenrede im Einzelfall sinnvoll ist, muss man sich gut überlegen. Wenn ich Gegenrede starte, mit meinem großen Account mit viel Reichweite, dann generiere ich sehr viel Aufmerksamkeit für einen kleinen Account, die ich vielleicht gar nicht erzeugen möchte. Dann verknüpfen die sich vielleicht auch wieder untereinander.





## 6.2. Counter Speech: Basis-Wissen und Hintergründe

### Strategie: Counter Speech (Gegenrede)

#### Kontext:

- Wenn Nutzer\*innen Kommentare schreiben, die nicht gegen die Netiquette verstoßen, aber dennoch problematisch sind.
- Kommentare innerhalb der eigenen Community von Menschen, die man möglicherweise aufklären und positiv beeinflussen kann.
- Bei unbewusst diskriminierenden Kommentaren von Seiten eines gesprächsbereiten Gegenübers.
- Kommentare, bei denen zwischen den Zeilen Diskriminierung stattfindet, wie z.B. verschleierte Hate Speech und Fear Speech, Framings, Scheinargumenten.
- Wenn Falschinformationen geteilt wurden, und die Gefahr besteht, dass das Mitlesende aus der Community beeinflusst werden.

#### Vorteile:

- Aufklären und informatives Antworten. Aufmerksam machen auf andere Argumente und Sichtweisen.
- Weitere Zuschauende können sich angesprochen und motiviert fühlen, sich zu äußern.
- Sichtbarkeit für andere Meinungen erhöhen und der False Balance entgegenwirken.
- Solidarität zeigen. Für Betroffene sichtbar und ansprechbar werden.
- Vorfälle nicht unsichtbar machen (wie durch Verbergen der Kommentare), sondern sich sichtbar engagieren.
- Nicht durch Verbergen suggerieren, der Raum sei sicherer, als er tatsächlich ist. Betroffenen die Chance geben zu sehen, wo Gefahren für sie sind.
- Betroffenen zeigen, dass sie nicht allein sind mit einem Problem in der Community.

**Herausforderungen:**

- Counter Speech kostet viel Zeit. Und es kann eine erklärte Strategie von Trollen sein, Deine Zeit zu klauen.
- Gegenrede kann Trolle füttern: Sie erhöht unter Umständen die Aufmerksamkeit auf ihre Kommentare und Postings, und damit ihre Reichweite.
- Sie hält unter Umständen Trolle im Gespräch und kann ihnen so eine Bühne für ihre Themen verschaffen.
- Sie kann unter Umständen einen Shitstorm / Troll-Angriff auslösen.
- Sie kann im schlimmsten Fall Menschen in Gefahr bringen durch erhöhte Aufmerksamkeit von Trollen (insbesondere auf betroffene Personen in der Community).
- Wenn Du Dich mit dem jeweiligen Thema nicht gut auskennst, ist die Gefahr hoch, dass Du selbst in Deiner Gegenrede unbewusste Vorurteile reproduzierst.

**Lösungsansätze:**

- Strategisch handeln: Was kann man mit Counter Speech erreichen – was nicht? Sich die Ziele von Gegenrede bewusst machen.
- Wann wenden wir Counter Speech an und mit welcher realistischen Zielsetzung? Wie wenden wir Counter Speech an?
- Rhetorisch geschickt countern. Unerwartete Narrative verwenden und Re-Framing nutzen.
- Bestärkende Moderation nutzen.
- Call-In-Strategien nutzen.
- Truth Sandwich nutzen (siehe Fact-Checking).
- Antwortvorlagen für wiederkehrende Narrative erstellen.
- Auf digitale Sicherheit achten. Profile checken!
- Nicht nur in der Kommentarspalte reagieren: Content Creation zur Counter Speech nutzen, Gegenrede-Kampagnen organisieren und Prebunking betreiben.
- Online-Community gezielt einbinden.

**Siehe auch****→ Kapitel 6.7. Fact Checking, Seite 218**



## Warum Gegenrede?

Vorab: Social Media und Community Manager\*innen sollten unerwünschte Kommentare wie diskriminierende Hetzrede (direkte und indirekte Hate Speech), offen geäußerte Bedrohungen oder Beleidigungen per Netiquette „wegmoderieren“ und verbergen. Justiziable Kommentare sollten bei Meldestellen, und problematische Accounts bei der Plattform gemeldet werden.

Jedoch kommen Diskriminierung und Hetze selten ungeschminkt durch die Türe und sagen „Hallo, ich bin Hate Speech“. Viel häufiger kommen sie in Form von sachlichen und manchmal durchaus freundlichen Aussagen daher. Diskriminierung wird in Form von Codes, Narrativen und Framings verschleiert, die oft subtil sind und für Community Management und Mitlesende nicht leicht zu erkennen. Nicht selten werden solche Aussagen auch unbewusst aus rechtsradikaler Propaganda übernommen, ohne dass die Nutzer\*innen erkennen, wie problematisch die verwendeten Framings und Formulierungen sind. Diese Aussagen zu verbergen, kann in machen Online Commu-

nities schnell zu Zensurvorfürfen und Solidarisierungseffekten mit Hater\*innen führen. Gegenrede in der Kommentarspalte kann die bevorzugte Strategie sein, wenn nicht offensichtlich erkennbar ist, ob etwas falsch oder diskriminierend ist, und wenn die Gefahr besteht, dass Mitlesende durch eine zu heftige Reaktion der Moderation negativ beeinflusst werden.

Es gibt gute Argumente, die für Gegenrede in der Kommentarspalte sprechen. Zum Beispiel macht das Verbergen von Kommentaren das bestehende Problem unsichtbar, und vermittelt Betroffenen so eine Scheinsicherheit, die nicht real ist. Gleichzeitig bleibt auch die Solidarisierung mit ihnen unsichtbar. Es kann für Betroffene wichtig sein, zu sehen, dass viele Menschen etwas gegen Hetze und Diskriminierung haben und sich ihr aktiv entgegenstellen. Es kann auch wichtig sein, Klarheit darüber zu gewinnen, wer in der Community gefährlich für Betroffene sein könnte. Aber auch, wer auf ihrer Seite steht und wen sie ansprechen können, um Unterstützung zu erhal-



ten. Counter Speech ist eine wichtige Strategie, um gegen die False Balance anzugehen, die durch Hetz- und Desinformationskampagnen entsteht. Studien deuten darauf hin, dass insbesondere organisierte Counter-Speech-Aktionen dazu beitragen könnten, Diskurse zu de-radikalisieren. Es kann wichtig sein, wenn stille Mitlesende sehen, dass es inmitten der „Scheinriesen“ Menschen gibt, die anderer Meinung sind.

Gegenargumente gegen Hetze und Desinformation zu verbreiten ist ein wichtiges Ziel von Gegenrede. Eigene Gegenargumente in Form von eigenen Postings zu teilen kann dabei auch einen wichtigen Teil von Bildungsarbeit zu dem Herzensthema Deiner Organisation darstellen. Auch Content Creation ist ein wichtiger und nicht zu unterschätzender Teil von Gegenrede. Das Wort meint nicht, wie oft angenommen, nur die Reaktion in der Kommentarspalte.

Counter Speech in den Kommentarspalten ist zeitaufwendig und birgt einige Gefahren. Sie ist daher nicht immer das beste Mittel der Wahl. Wenn wir in der Kommentarspalte gegenreden, sollten wir uns die Konsequenzen und möglichen Gefahren bewusst machen, um darauf vorbereitet zu sein.

Eine wiederkehrende Frage in Trainings zu Community Management ist: Wie sollte man mit den grenzwertigen Kommentaren umgehen? Aber es gibt keine abschließend „richtige“ oder „falsche“ Antwort auf die Frage, ob Deine Organisation sich für oder gegen Gegenrede als Strategie entscheiden sollte.

In der Rolle des Community Managements ist das Verbergen von Kommentaren in vielen Fällen der sinnvollere Weg. Und sei es auch bloß, um Deine Kapazitäten im Blick zu haben, Dich vor Überlastung zu schützen sowie Dich auf Deine Zielgruppe zu konzentrieren. Wo genau Du die Grenze ziehst, bleibt am Ende Dir und Deinem Team überlassen. Wir würden Dir und Deinen Kolleg\*innen aber unbedingt empfehlen, Euch einmal bewusst zu fragen, warum Ihr wo eine Grenze zieht und etwas verbergt – oder warum Ihr etwas stehen lasst.

Ob, in welchem Fall und auf welche Art ihr countern wollt hängt von vielen Faktoren ab: Unter anderem von der Zielgruppe und der Zielsetzung als Organisation, Euren Kapazitäten im Team, Eurer Reichweite, und anderen Faktoren. Wen will Deine NGO erreichen? Womit will sie welche Menschen



erreichen? Was ist ihre Zielsetzung – was nicht? Hilfreich können dazu auch die Überlegungen aus den Artikeln zur Community und zu Moderationsguidelines sein.

In was möchtet Ihr als Organisation Eure Zeit investieren? Und worum geht es Euch beim Countern: Um das Grenzen setzen? Um eigene Positionieren oder Solidarisieren mit Betroffenen? Um Bildungsarbeit und Aufklärung? In welchen Themenbereichen seid Ihr dazu qualifiziert, aufzuklären – in welchen eher nicht? Könnt Ihr im Social Media Team es leisten und seid Ihr dazu qualifiziert, zu allerlei tagesaktuellen Themen Bildungsarbeit zu machen, die aus der Kommentarspalte an Euch herangetragen werden? Ist Aufklärungsarbeit in den Kommentarspalten etwas, das Du und Deine Kolleg\*innen leisten wollt und könnt? Gibt es andere Wege, Gegenrede effektiver zu gestalten als per Antwort auf Einzelkommentare? Zum Beispiel über das Erstellen eigener Positionierungen und Postings? Oder das Teilen bestehender Inhalte von befreundeten Organisationen? Welche Arten, mit grenzwertigen Aussagen umzugehen, sind im Rahmen Eurer Kapazitäten und Fähigkeiten möglich?

In diesem Abschnitt geht es darum, welche Fragen relevant sind bei den Überlegungen rund um Counter Speech: wann Gegenrede per Kommentarspalte sinnvoll ist, und wann nicht. Welche Strategien Du anwenden kannst, wenn Du gegenredet. Und welche anderen Arten der Gegenrede es eigentlich gibt als das Beantworten von Kommentaren.

Dabei geht es zum einen um die Frage, worauf Du beim Formulieren achten kannst, wie z.B. in den Artikeln zu rhetorisch geschicktem Countern und zu Fact Checking. Andererseits geht es um übergeordnete strategische Überlegungen, wie zum Beispiel: Wann sollte man lieber per Privatnachricht gegenreden (Call-In)? Wann sollte man lieber eigenen Content zum betreffenden Thema erstellen, statt auf einzelne Kommentare zu reagieren? Und wie lässt sich Counter Speech organisieren und als Kampagne denken?

Zuguterletzt: Es muss nicht immer der perfekt recherchierte Faktencheck-Kommentar sein. Auch eine unterstützende, empathische Nachricht, die sich an Betroffene richtet, kann effektive Gegenrede sein.





## Hintergrund: Die digitale Zivilcourage - Bewegung

Warum ist Counter Speech als Thema überhaupt so groß geworden? Um Dir zu ermöglichen, diese Frage besser zu verstehen, möchten wir Dir hier ein paar Einblicke in die Geschichte der Debatte um Counter Speech geben. Wir beginnen dabei mit der Situation in Deutschland. Danach gehen wir auf den historischen Kontext und die Debatte in den USA ein, die etwas anders sind, als das deutsche Verständnis. Aber für unser Verständnis hier sehr relevant.

### Die digitale Zivilcourage-Bewegung

Die digitale Zivilcourage – Bewegung in Deutschland ist eng verbunden mit der Idee von Counter-Speech-Initiativen gegen organisiertes, rechtsradikales Trolling.

Aus guten Gründen versuchten Initiativen wie #ichbinhier, LOVE-Storm oder Reconquista Internet, den Gegenrede-Aktivismus in den Kommentarspalten zu organisieren, und so eine erste „freiwillige Feuerwehr“ gegen digitale Hetzkampagnen zu installieren. Das geschah zu einer Zeit, in der es weniger Regulationen und kaum professionelle Beratung oder Unterstützung gab.

Gute Gründe für organisierte Gegenrede sind zum Beispiel:

- Gegenrede ist niedrigschwellig: Alle Nutzer\*innen der Social-Media-Plattformen können mitmachen und Gegenrede anwenden, egal ob sie einem Kanal nur folgen, oder ob sie einen Kanal moderieren.
- Jede\*r kann spontan jede freie Minute nutzen, um irgendwo einen Gegenrede-Kommentar zu verfassen.
- Gegenrede als Bewegung zu organisieren ist relativ unkompliziert: Posts, unter denen gemeinsam gegengeredet werden soll, können in Gruppen und Foren geteilt werden, um weitere Gegenredner\*innen dorthin zu lotsen.

Jedoch stößt organisierte Gegenrede in den Kommentarspalten als Form der Netzaktivismus auch schnell an ihre Grenzen. Bei grenzwertigen Kommentaren steht außer Frage, dass organisierte Gegenrede nützlich sein kann. Bei verschiedenen Arten von digitalisierter Gewalt gibt es jedoch strate-



gisch einiges zu beachten, um betroffene Personen oder Gruppen nicht zu gefährden.

Digitalisierte Gewalt ist ein komplexes Feld. Und jede Situation erfordert eine andere Art der Intervention. Unterschiedliche Formen der digitalisierten Gewalt kann man ebenso wenig gleichsetzen, wie unterschiedliche Formen der analogen Gewalt.

Es ist nicht dasselbe, ob jemand übermüdet nach der Arbeit einen schlecht formulierten Kommentar in eine Kommentarspalte schreibt, den er am nächsten Tag vielleicht bereut. Oder ob eine russische Trollfabrik eine Kommentarspalte mit Desinformation flutet.

Es ist nicht dasselbe, ob zwei Menschen mit verschiedenen politischen Meinungen sich in einer Kommentarspalte angiften, ob ein Teenager-Mädchen ein Dickpick auf Instagram bekommt oder ein Rechtsradikaler in einer lokalen Telegram-Gruppe zu Gewalt gegen einen Politiker aufruft und dabei seine Adresse veröffentlicht.

Die fachlichen Empfehlungen, wie man mit verschiedenen Arten von digitalisierter Gewalt umgehen sollte, können sehr verschieden sein – je nachdem, um welche Gewaltform und Täter\*innen es sich handelt.

#### Es ist nicht dasselbe, ob Du reagierst auf:

- eskalierte Streitigkeiten
- Beleidungen
- Bedrohungen
- Gewaltaufrufe
- Doxing
- Cybermobbing
- sexualisierte Gewalt im Netz
- Hate Speech (Hetzrede)
- Desinformationskampagnen
- Radikalisierungsversuche und Strategien der Diskursverschiebung
- Verschwörungsideologien
- organisierte Troll-Angriffe
- unbewusste Diskriminierungen aufgrund von Vorurteilen (impliziten Biases) gegenüber verschiedenen Gruppen.

#### Auch der Umgang mit...

- Rassismus
- Sexismus
- Queerfeindlichkeit
- Antisemitismus
- Ableismus,
- usw.

... erfordern jeweils spezifisches Wissen um das jeweilige Themenfeld.



Viele Formen von Gewalt sind hochkomplex und der Umgang mit ihnen erfordert ein spezialisiertes Fachwissen. Für unterschiedliche Themen gibt es ein gewachsenes Netz an professionellen Beratungsstellen, die hochspezialisiert sind. Zum Beispiel Beratungsstellen für geschlechtsspezifische und häusliche Gewalt, für rechte, rassistische und antisemitische Gewalt, oder für Mobbing. Beratungsstellen die zum Umgang mit Radikalisierung oder zum Ausstieg aus radikalen Szenen anbieten. Beratungen zum Umgang mit Rechtsradikalismus in lokalen Umfeldern vor Ort. Und so weiter.

Die digitale Zivilcourage-Bewegung setzte jedoch tendenziell verschiedene Formen von digitalisierter Gewalt weitestgehend gleich und reagierte auf alle mit Gegenrede in den Kommentarspalten. Ehrenamtlich Engagierte haben selten die Zeit, sich so intensiv in ein Fachthema einzuarbeiten, dass sie Feinheiten unterscheiden und jeweils richtig reagieren können, wie z.B. professionelle Sozialarbeiter\*innen in Beratungsstellen das können. Viele Vorfälle im Netz erfordern einen anderen und viel professionelleren Umgang, als ihn privat und ehrenamtlich organisierte Aktivist\*innen ohne entsprechende Fachkompetenz leisten können.

Eine Beleidigung zu erkennen oder in einer hitzigen Debatte zu de-eskalieren, ist vergleichsweise einfach. Der Umgang mit verschleierte Hetzrede oder mit unbewussten Vorurteilen kann dagegen eine Initiative schnell in interne Streitigkeiten darüber stürzen, was genau das Problem ist und wie man damit umgehen sollte. Und in bestimmten Situationen ist Gegenrede als Ansatz schlichtweg ungeeignet: Für manche Dinge braucht es den Verweis an professionelle Beratung und auch die eine oder andere Anzeige.

Über den Punkt der „ersten freiwilligen Feuerwehr“ ist die digitale-Zivilcourage-Bewegung mittlerweile weit hinaus. Die Bewegung hat sich professionalisiert. Mittlerweile sind eine große Menge von zivilgesellschaftlichen Organisationen entstanden, die eine tiefergehende Fachkompetenz entwickelt haben. Kompetenzzentren, Forschungsstellen, Meldestellen und Beratungsstellen sind entstanden. Zum Ansatz organisierter Counter Speech sind viele andere Ansätze hinzugekommen, wie z.B. Ansätze im Community Management, aufsuchende Sozialraumarbeit mithilfe von Digital Streetwork oder auch das organisierte Melden und Anzeigen justiziabler Kommentare.



## Die Bedeutung von Counter Speech im US-amerikanischen Kontext

Counter Speech wird in Deutschland eher verknüpft mit Bewegungen und Organisationen, die sich gegen Rassismus engagieren und sich eher als links oder liberal verstehen. Mit Blick auf die englischsprachige Welt ist dies keineswegs selbstverständlich.

In den USA wird Counter Speech als Konzept interessanterweise vor allem von konservativen und libertären Kräften vertreten. Gegenrede wird in der dortigen Auseinandersetzung als ein Modell verstanden, das statt staatlicher Regulation greifen soll.

Die Idee und der Ansatz von Counter Speech sind nicht neu und sie haben nichts mit Social Media zu tun: Die Debatte um die beste Regulation von Hetzrede gab es bereits lange vor dem Internet. Counter Speech meint als Begriff in der englischsprachigen Debatte auch analoge Rede. Und sie ist in theoretischen Diskursen nicht unumstritten.

Historisch steht die Debatte um Counter Speech im Kontext des „demokratischen Dilemma“, beziehungsweise des „Hate Speech vs. Free Speech-Dilemma“. In dieser

alten Debatte, deren Ursprung in die Zeit lange vor sozialen Medien zurückreicht, spricht das republikanische Lager in den USA sich aktuell gegen die staatliche Regulierung und gegen stärkere Content Moderation aus, und für die Regulation von Hate Speech durch „more speech“. Oder in anderen Worten: durch Counter Speech. Während die linke Seite für eine stärkere gesetzliche Regulation und mehr Verantwortung vonseiten der Plattformen mittels Content Moderation steht. So dass die Verantwortung für den Umgang mit Hetze bei denjenigen liegt, die die Plattformen bereitstellen. Und dass die Arbeit, Gegenrede zu leisten, nicht auf den Schultern der Betroffenen lastet.

In dieser alten Debatte um das „Free Speech vs. Hate Speech-Dilemma“ geht es um die Herausforderung, dass sowohl die Rechte auf Schutz vor Gewalt und Diskriminierung als auch das Recht auf freie Rede, alles Menschenrechte sind. Diese Rechte kommen sich in einer Demokratie jedoch leicht in die Quere: Denn Hate Speech kann



zu konkreter, physischer Gewalt führen. Deshalb kennt jede Demokratie Grenzen der Redefreiheit. Jeder Staat reguliert Hetzrede und Falschaussagen. Wo die Grenzen jedoch konkret gezogen werden, und inwieweit auch schädliche Hetzrede toleriert wird, um die Meinungsfreiheit nicht zu gefährden, ist je nach Kontext unterschiedlich.

In der Bundesrepublik Deutschland besteht aufgrund der Erfahrungen aus dem Dritten Reich ein Verständnis von „wehrhafter Demokratie“, in dem eine Demokratie sich gegen Rede wehren sollte, die der Demokratie schaden kann. In den USA ist dagegen die „Counterspeech Doctrine“ vorherrschend und in der Auslegung des „First Amendment“ stark verankert. Diese Doktrin besagt, dass jede Rede erlaubt sein sollte, da sich im „Marketplace of Ideas“ am Ende sowieso die „Wahrheit“ durchsetze. Nach der Idee dieses „Marktplatzes der Ideen“ sollte Hate Speech mit „more speech“ begegnet werden, statt mit mehr Content Moderation oder mit strengeren Gesetzen. Gesetze und Moderation werden als Einschränkungen der Redefreiheit empfunden, die eine Gefahr der Zensur durch den Staat oder durch Plattformbetreiber\*innen darstellen könnten. In den USA, wo auch viele

der großen Plattformbetreiber\*innen ansässig sind, ist deshalb traditionell öffentliche Rede nur wenig reglementiert – das gilt auch für Hate Speech. Europa und insbesondere die BRD gehen dagegen derzeit (und das ist vermutlich auch historisch begründet) einen strikteren Weg in der gesetzlichen Regulation von Hate Speech.

Die Betreiber\*innen der Plattformen selbst argumentieren ihrerseits häufig mit den Vorteilen von Counter Speech gegenüber Content Moderation: Es ist für sie einfach günstiger, wenn sie sich die Gelder für Stellen in der Content Moderation einsparen können. Der US-amerikanische Kontext des „First Amendment“ und der „Counterspeech Doctrine“ haben dabei einen starken Einfluss auf die etablierten Arbeitsabläufe bei marktführenden, amerikanischen Unternehmen. Das ist der Hintergrund, vor dem Deutschland und die Europäische Union versuchen, ihre eigenen Vorstellungen zum Umgang mit Hetze und Desinformation umzusetzen. So sollen der europäische „Digital Services Act“ und „Digital Markets Act“ Plattformen durch gesetzliche Vorgaben in die Pflicht nehmen, ihren Verantwortungen gegenüber Nutzer\*innen gerecht zu werden und diese vor dem Miss-



brauch ihrer Accounts und Daten zu schützen.

In der US-amerikanischen Tradition steht vor allem die linke und demokratische Seite für mehr gesetzliche Regulation von Hate Speech und für mehr Content Moderation ein. Sie stehen damit also nicht für Counter Speech als Strategie, sondern im Gegenteil: gegen die „Counterspeech Doctrine“. Sie bringen unter anderem das Argument vor, dass marginalisierte Minderheiten auf dem „Marktplatz der Ideen“ gar nicht die gleichen Möglichkeiten hätten, ihre Meinung einzubringen, da ihr Zugang zu Medien und Reichweite strukturell erschwert ist. Ihre Perspektive würde sich auch allein aufgrund zahlenmäßiger Unterlegenheit unwahrscheinlicher in einem freien „Markplatz“ als „Wahrheit“ durchsetzen. Wenn man sich auf Counter Speech als alleiniges Mittel gegen Hate Speech verlasse, bürde man damit marginalisierten Minderheiten die umfangreiche Arbeit auf, sich gegen Hate Speech per Rede zur Wehr zu setzen (und potenzielle Verbündete aufzuklären). Deshalb wird vom Staat eingefordert, dass er das Menschenrecht des Schutzes vor Gewalt für Minderheiten durch mehr gesetzliche Regu-

lation der Plattformen durchsetzt.

Wenn man sich diesen historischen und politischen Hintergrund vor Augen hält, wird verständlicher und klarer, warum ein Elon Musk Milliarden in eine Plattform investiert, um dann zuerst ausgerechnet gegen die Content Moderation vorzugehen und die dafür Verantwortlichen zu entlassen. Den konservativen und rechten Kräften geht es darum, Hate-Speech-Gesetzgebung und Content Moderation zu schwächen, und durch Counter-Speech-basierte Ansätze zu ersetzen (wie zum Beispiel die von Musk auf X eingeführten „Community Notes“).

Auch wenn man Elon Musk als Person fragwürdig finden mag: Eine gesetzliche Regulation von Hate Speech kann tatsächlich Gefahren bergen, wie z.B. die Überregulation (Overblocking) durch die Plattformen. Diese könnten übermäßig löschen, um keine Rechtsverstöße und Verfahren zu riskieren. Ob diese Löschungen dann tatsächlich marginalisierten Gruppen zugutekämen, hängt stark von der Frage ab, wie gut die Content Moderator\*-innen geschult würden: z.B. darin, auch subtile Diskriminierung und verschleierte Hetze zu erkennen. Es besteht die Gefahr, dass die Content Moderation



der Postings in Social Media Postings gerade den Gruppen schaden könnte, denen sie eigentlich helfen sollte. Wenn beispielsweise verschleierte Hetze stehen gelassen wird, wütende Reaktionen auf diese Hetze jedoch mit Berufung auf „Hate Speech“ wegmoderiert würden.

Generell wird Kritik daran geäußert, dass Mitarbeitende privater Firmen innerhalb weniger Sekunden über Fälle von Volksverhetzung entscheiden sollen, in denen auch Rechtskundige sich nicht immer einig wären. Faschistische Staaten könnten zudem Hate-Speech-Gesetzgebung ausnutzen, um gerade die Gegenrede marginalisierter Gruppen gegen Gewalt und Unterdrückung als „Hate Speech“ zu klassifizieren und damit zu verbieten. Letztlich erschwert auch die unklare Definition des Hate-Speech-Begriffs in der Wissenschaft damit auch eine eindeutige, gesetzliche Regulation.

***„A person who says they have an easy solution to the problem of hate speech, or even how to observe and document hate speech, is simply not thinking hard enough“***

(vgl. Sellars, 2016, S. 32)

Übersetzung in etwa: *„Eine Person, die behauptet, sie habe eine einfache Lösung für das Problem Hate Speech gefunden, oder auch nur, wie man Hate Speech beobachten und dokumentieren kann, denkt einfach noch nicht tiefgehend genug nach.“*

Wie auch immer man sich positioniert in der Debatte um staatliche Regulation von Hate Speech versus Regulation durch Content Moderation versus Regulation durch Counter Speech: Gegenrede wird, wenn auch nicht die einzige, auf jeden Fall eine wichtige Strategie im Umgang mit Hetzrede und Desinformation bleiben. Zivilgesellschaftliche Organisationen, denen der Schutz von Minderheitenrechten und der Demokratie ein Anliegen ist, sollten sich unbedingt kritisch mit dem Konzept Counter Speech auseinandersetzen und stärker mit den Fragen nach effektiver Counter Speech befassen: Welche Fallstricke bringt Counter Speech mit sich? Wie kann man Gegenrede besser organisieren und sie nicht losen Netzwerken von Einzelpersonen überlassen? Wie können zivilgesellschaftliche Organisationen Counter Speech effektiv organisieren, um ihre Zeit und Kraft nicht zu vergeuden?





Quellen und Weiterlesen:

Kirchschläger, P. G. (2016). Meinungsfreiheit und Schutz vor Rassismus im Internet. Sozialethische Überlegungen zum Konflikt zweier Menschenrechte. *Communicatio Socialis. Zeitschrift für Medienethik und Kommunikation in Kirche und Gesellschaft*, 49(H. 4)

Hribar, T. (2021). *Hate Speech und die Grenzen der Meinungsfreiheit* [Magisterarbeit, Johannes Kepler Universität Linz].

Sellars, A. F. (2016). *Defining Hate Speech*.

Hans, G. S. (2021). Changing Counterspeech. *Cleveland State Law Review*, 69(4), 749–783.

Bloom, L. H. (2019). The Rise of the Viewpoint-Discrimination Principle. *SMU Law Review Forum*, 72(1), 20–40.

Stone, A. (2017). Viewpoint Discrimination, Hate Speech Laws, and the Double-Sided Nature of Freedom of Speech. *Constitutional Commentary*, 32(3), 687–696.

Greene, A. R., & Simpson, R. M. (2017). Tolerating Hate in the Name of Democracy. *Modern Law Review*, 80(4), 746–765.

Santuraki, S. (2019). Trends in the Regulation of Hate Speech and Fake News: A Threat to Free Speech? *Hasanuddin Law Review*, 5, 140–158.

Bouvier, G.: „Racist call-outs and cancel culture on Twitter: The limitations of the platform’s ability to define issues of social justice“ (2020). *Discourse, Context & Media* 38

English, M. (2021). *Cancel Culture: An Examination of Cancel Culture Acts as a Form of Counterspeech to Regulate Hate Speech Online* [Master Thesis, University of North Carolina].

Sponholz, L. (2020). Der Begriff „Hate Speech“ in der deutschsprachigen Forschung. Eine empirische Begriffsanalyse. *SWS-Rundschau*, 60, 43–65.

Bojarska, D. K. (2017). The Dynamics of Hate Speech and Counter Speech in the Social Media. Summary of Scientific Research. *Centre for Internet and Human Rights*

Baldauf, J., Ebner, J., & Guhl, J. (Hrsg.). (2018). *Hassrede und Radikalisierung im Netz. Der OCCI-Forschungsbericht. Institute for Strategic Dialogue (ISD)*

Levmore, S., & Nussbaum, M. C. (2010). *The Offensive Internet. Speech, Privacy, and Reputation*. Harvard University Press.

Müller-Brehm, J. (2020). *UNSICHTBARE STIMMEN – AUSSCHLUSS UND RÜCKZUG AUS ONLINE-DISKURSEN*. (Nr. 7; Forschungsmonitor Informationsintermediäre)

Müller-Brehm, J. (2020a). *AUF DEM WEG ZU VIELFALT UND TEILHABE IM ONLINE-DISKURS?* (Nr. 5; Forschungsmonitor Informationsintermediäre). Landesanstalt für Medien NRW.





## 6.3. Fallstricke von Counter Speech

Bevor wir uns ansehen, wie Counter Speech gut gelingen kann, hier einige Fallstricke, die Dir bewusst sein sollten:

### Fallstricke von Gegenrede:

- **„Feeding the troll“:** Mehr Reichweite auf Hetze
- **Gefährdungslage** (je nachdem, wer das Gegenüber ist)
- **Zeitfresser.** Und genau das kann gewollt sein.
- **Abwehr des Gegenübers** bei Call-Out (lieber Call-In benutzen?)
- **Kein Agenda Setting:** Du reagierst nur auf Hetze und Fehlinformationen. Eigene Themen werden dabei nicht gesetzt. Birgt deshalb eine Gefahr der Reproduktion von Framings und Narrativen.
- **Eigene Biases:** Du läufst Gefahr, wenn Du dich mit dem Thema nicht genügend auskennst, selbst Vorurteile zu reproduzieren. Gut gemeinte Gegenrede kann daher Betroffene zusätzlich belasten.

### Mehr Reichweite durch Counter Speech: „Don’t feed the troll“

Counter Speech ist eine Interaktion mit einem Post oder Kommentar. Und jede Interaktion kann einen Post oder einen Kommentar innerhalb der Aufmerksamkeitsökonomie und der Empörungsökonomie wichtiger erscheinen lassen.

Je mehr Menschen gegen einen Post oder Kommentar anreden, desto eher wird er also durch die Algorithmen als relevant eingestuft. Und unter Umständen wird er erst dadurch nach oben in die relevanten Kommentare gespült, oder mehr Menschen in ihren Feeds angezeigt. Hat ein hetzerischer Kommentar noch wenig Reaktionen oder ein hetzerischer Account noch wenig Follower\*innen, kann es deshalb besser sein, ihn zu ignorieren als dagegen anzuschreiben und damit möglicherweise erst Reichweite zu erzeugen („Don’t feed the troll“).

Gerade Personen, die selbst viel Reichweite haben und deren Interaktion deshalb viel Reichweite erzeugt, sollten sich gut überlegen, wann und gegen wen sie Counter



Speech einsetzen.

Es kann eine gezielte Strategie von Trollen sein, das Gegenüber zu Gegenrede zu provozieren, um sich selbst damit eine Bühne und Reichweite für ihre Themen zu verschaffen. Oder um das Gegenüber zu Beleidigungen zu provozieren, um sich im Anschluss als Opfer zu inszenieren. Oder einfach bloß, um Zeit, Kraft und Nerven zu klauen, die das engagierte Gegenüber vielleicht anders sinnvoller investiert hätte. Deine Arbeitszeit ist für Deine Organisation auch Geld, das für andere Tätigkeiten dringend benötigt wird.

#### **Angegriffene Personen nicht gefährden:**

Durch Gegenrede auf einen diskriminierenden Kommentar können schlimmstenfalls betroffene Menschen in Gefahr gebracht werden, wenn beispielsweise erst durch erhöhte Reichweite Rechtsradikale auf einen Account aufmerksam werden. Dies gilt besonders dann, wenn man von einem Account aus gegenredet, der selbst eine hohe Reichweite hat oder der gezielt von Rechtsradikalen beobachtet wird, und dem dadurch die Rechtsradikalen „hinterher-

schwimmen“. Gerade Personen, die selbst viel Reichweite haben, sollten sich daher die Frage stellen, ob sie durch ihre gut gemeinte Reaktion eine Person in Gefahr bringen. Der eigene Kommentar kann die Reichweite erzeugen, die dazu führt, dass diese Person erst in den Fokus von gewalttätigen Nutzer\*innen gerät. Gerade bei kleinen Accounts, die unter Klarnamen agieren und nicht besonders auf digitale Sicherheit achten, kann das schwerwiegende Folgen haben.

Denke in diesem Zusammenhang auch daran: Blockieren von gefährlichen Accounts schützt marginalisierte Menschen, mit denen Du in den Kommentarspalten interagierst. Wenn Du rechtsradikale Accounts nicht blockierst, sondern diese Deinen Account folgen lässt, sind diese Teil Deiner Reichweite. Diese Art von Reichweite kann für marginalisierte Menschen eine Gefahr darstellen. Gemeinnützige Organisationen, die oft selbst über hohe Reichweiten verfügen, sollten nicht unbedacht auf den Seiten kleinerer Accounts mit wenig Reichweite gegenkommentieren, wenn sie jemanden unterstützen möchten. Es gibt andere Möglichkeiten, angegriffene Personen oder



Organisationen zu unterstützen. Zum Beispiel: emotionale Unterstützung per PN anzubieten, Kontakte von Beratungsstellen weiterzugeben, problematische Accounts zu blocken und melden, mit dem Monitoring der problematischen Kommentare und dem Community Management des Kanals zu unterstützen, und mehr.

Wichtig ist immer: Bitte keine Aktionen ohne Rücksprache mit den akut angegriffenen Personen starten. Möglicherweise haben diese gerade keine Zeit und Kraft für die Konsequenzen, die gut gemeinte Hilfe für ihr Leben bedeuten kann. Wenn erst durch Deine gutgemeinte Intervention ein Shitstorm auf dem Kanal einer Person richtig eskaliert, ist damit niemandem geholfen.

### Eigene Gefährdung

Gegenrede kann mit Gefahren für sich selbst einhergehen, insbesondere für Personen aus marginalisierten Gruppen. Durch das Leisten von Gegenrede kann man selbst zum Beispiel bei rechtsradikalen Netzwerken ins Visier geraten. Achte deshalb auf Deine digitale Sicherheit. Sichere Deine eigenen Profile ab. Checke außerdem das

Profil des Gegenübers und sei vorsichtig, wenn Du Dir unsicher bist, mit wem Du es da zu tun hast. Gegenrede zu politischen Themen kann zudem in einigen Ländern, in die man einreisen möchte, unter Umständen zur Strafverfolgung führen (z.B. wenn online Kritik an einem faschistischen Regime geübt wurde). Wenn Du von politischer Verfolgung oder Marginalisierung in bestimmten Ländern betroffen bist, in die Du einreisen möchtest, dann überlege genau, unter welchen Bedingungen es für Dich sicher ist, Dich im Netz zu äußern. Und unter welchen nicht.

**Siehe auch:**

**[Workbook Teil 2 \(Bausteine\):](#)**  
**→ [Kapitel 4: Digitale Sicherheit](#)**



### Unbewusste Diskriminierung, Abwehrmechanismen und Schuldumkehr

Alle Nutzer\*innen tätigen unbewusst diskriminierende Aussagen. Der öffentliche Hinweis darauf, dass etwas Diskriminierung ist (Call -Out), kann zu starken Abwehrmechanismen und zu Solidarisierungseffekten mit den Verfasser\*innen problematischer Kommentare führen.

Sind Mehrheiten in der Community nicht von einer Diskriminierung betroffen, verstehen sie oft nicht, warum eine vorurteilsbeladene Aussage problematisch ist. Kritische Aussagen gegenüber weit verbreiteten Mehrheits-Sichtweisen werden oft als Angriff gewertet, und nicht als Verteidigung gegen ein Vorurteil. Es kann dann zu Schuldumkehr und Tone Policing von Betroffenen kommen.

Im Netz eskalieren Konflikt dynamiken generell schneller und heftiger. Das betrifft auch die Abwehr gegen Hinweise auf Diskriminierung. Vor allem wenn der Hinweis öffentlich erfolgt. Der Call-Out kann dann den gegenteiligen Effekt haben, als man sich erhofft hatte: Statt Betroffene zu

schützen, steigt die Abwehr der Online-Community gegen eine Auseinandersetzung mit dem Problem. Betroffene werden erst recht in die Ecke gedrängt. Solche Dynamiken in Online Communities können diskriminierenden Positionen am Ende manchmal sogar nützen.

Nicht immer ist deshalb Gegenrede in Form von öffentlichen Call-Outs einer Person der beste Weg, mit einem diskriminierenden Kommentar umzugehen. Manchmal sind Call-In-Strategien sinnvoller, um nachhaltige Veränderungen zu bewirken. Das gilt besonders innerhalb von geschlossenen Online Communities, in denen verbindlichere Kontakte und Beziehungen bestehen.

Kombinieren kannst Du das mit Gegenrede mittels eigener Content Creation, die das Thema inhaltlich bearbeitet, dabei aber die Aufmerksamkeit der Community nicht auf eine einzelne Person fokussiert, die einen Fehler gemacht hat.

**Siehe auch**  
→ **Kapitel 6.5** Call Out? Oder Call In?  
Seite 196



## Reproduktion

Du solltest Dir immer bewusst sein, dass Counter Speech eine Reaktion ist. Du gehst damit auf Themen ein, die jemand anderes setzt. Aber Du setzt damit oft keine eigenen Themen, Narrative und Framings. Framings können vorurteilsbehaftete Bilder erzeugen, ohne explizit Hate Speech zu enthalten.

Bei andauernder Wiederholung von Narrativen und Framings verfestigen sie sich als Assoziationen im Kopf – auch unbewusst. Die Gesellschaft gewöhnt sich an Aussagen und die Grenze des Sagbaren verschiebt sich schrittweise. Dieses sogenannte „Overtone Window“ des Sagbaren zu verschieben, ist ein Ziel von Hetze und Desinformation.

Wenn Du gegenredest und ungenügendes Wissen zu dem betreffenden Thema mitbringst, läufst Du dabei leicht Gefahr, dass Du selbst diskriminierende Aussagen, Narrative oder Framings reproduzierst. Deshalb solltest Du darauf achten, inhaltlich nur Gegenrede bei Themen zu machen, mit denen Du Dich wirklich sehr gut auskennst. Du

kannst jedoch auch andere Formen von Gegenrede benutzen, wie zum Beispiel eine eindeutige Abgrenzung von der vertretenen Meinung, Reframing von Aussagen, Betroffenen Mut zuzusprechen oder Unterstützung anzubieten. Sinnvolle Gegenrede arbeitet sich nicht an problematischen Aussagen ab, sondern sie setzt eigene, neue Frames und Narrative. Oder sie zielt auf die Solidarisierung mit Betroffenen ab, wie zum Beispiel mithilfe von Solidaritäts-Posts.

### **Siehe auch**

→ **Kapitel 6.6.** rhetorisch geschickt countern, Seite 211

### **Siehe auch:**

**Workbook Teil 4** (Content Creation)  
→ **3.5. und 3.6.** Narrative Change und

### **Siehe auch:**

**Workbook Teil 4** (Content Creation)  
→ **3.8.** Storytelling mit Haltung

### **Siehe auch:**

**Workbook Teil 4** (Content Creation)  
→ **3.7.** Bloggen für eine konstruktivere Debatte



### Strategie: Ignorieren

#### **Kontext:**

- ➔ Der Kommentar ist kein Verstoß gegen die Netiquette; eher ein kontroverser Kommentar, der Diskussionsspielraum bietet, aber nicht der Haltung entspricht, die Deine Organisation fördern möchte.
- ➔ Der Kommentar hat noch keine oder sehr wenige Reaktionen, und die Person wenig Reichweite.
- ➔ Wenn es wahrscheinlich ist, dass der Kommentar aufgrund der mangelnden Interaktion mit ihm kaum Beachtung findet, kann es sinnvoll sein, ihn einfach zu ignorieren, um seine Reichweite nicht durch Interaktion damit zu erhöhen.
- ➔ Dasselbe gilt auch, wenn man keine Verbergen-Funktion zur Verfügung hat.

#### **Vorteile:**

- ➔ Keine Reichweite für irrelevante Kommentare schaffen.

#### **Vorgehen:**

- ➔ Der Kommentar sollte weiterhin beobachtet werden, ob er später mehr Reichweite bekommt.
- ➔ Wenn ein Kommentar wenig Reichweite hat und es bereits ein wenig Gegenrede dazu gibt, kann man als Moderation auch die Gegenrede liken, braucht aber selbst nicht unbedingt einen eigenen Kommentar dazu verfassen, um die Diskussion eher flach zu halten und nicht zusätzlich anzustacheln und Aufmerksamkeit dafür zu erzeugen.



## 6.4. Wann Countern?

### Wann ist Counter Speech sinnvoll – wann nicht?

Wann Counter Speech sinnvoll oder nicht sinnvoll ist, hängt unter anderem davon ab, welche anderen Optionen Du zur Auswahl hast. In der Rolle als Community Manager\*in gibt es andere Strategien, die Du nutzen kannst. Das ist anders, wenn Du privat als Nutzer\*in in sozialen Netzwerken unterwegs bist.

Die folgenden Einschätzungen beziehen sich auf eine professionelle Tätigkeit als Community Manager\*in, bei der Du Optionen benutzen kannst, wie das Verbergen von Kommentaren. Wenn Du privat unterwegs bist, macht Counter Speech möglicherweise auch an anderen Stellen Sinn.

Um zu bestimmen, wann Counter Speech als Strategie gegen Hate Speech sinnvoll ist,

müssen wir zuerst einen Blick auf die Frage werfen, was Hate Speech ist:

Nicht jede Beleidigung, nicht jedes Schimpfwort ist automatisch Hate Speech. Das zentrale Merkmal von Hate Speech ist die Diskriminierung aufgrund bestimmter Identitätsmerkmale. Hate Speech kann höflich, neutral formuliert, sachlich, als Kritik getarnt oder kodiert sein ("Dog Whistling").

Neben gezielter diskriminierender Hetzrede gibt es auch diskriminierende Aussagen, die unbewusst und unabsichtlich gemacht werden, ohne dass sie Hetze zum Ziel haben. Sie beruhen auf weit verbreiteten Vorurteilen, sogenannten impliziten Biases. Auch diese können dazu beitragen, dass Vorurteile über eine marginalisierte Gruppe sich verfestigen, die ihr schaden. Sie sind außerdem nicht immer leicht von gezielter Hetzrede zu unterscheiden.

**Siehe auch [Workbook Teil 5 \(Content Creation\)](#):  
→ Kapitel 4.2. Was ist Diskriminierung? Was ist Bias?**



## Arten von Hate Speech

Es gibt unterschiedliche Formen von Hate Speech. Ob man Gegenrede empfehlen kann, hängt davon ab, mit welcher Form von Hate Speech Du es zu tun hast. Hier eine Orientierung, wie Du die verschiedenen Formen erkennen kannst:

### Direkte Hatespeech:

- Offen diskriminierende Hetzrede
- Offensichtliche, diskriminierende Beschimpfungen
- Bedrohungen, die strafrechtlich relevant sein können
- Abwertung wegen gruppenspezifischer Merkmale
- Schuldzuschreibung für gesamtgesellschaftliche Probleme
- Aggressivität
- Nähe zu rechtsradikalen Gruppen

### Indirekte Hatespeech:

- Versteckte diskriminierende Hetzrede
- Anspielungen auf Vorurteile und Gruppenzugehörigkeiten, ohne diskriminierende Wortwahl
- Formulierung von Vorurteilen, Frustrationen und Warnungen
- Fear Speech

### Verschleierte Hate Speech:

- Vermutungen oder Vorhersagen, die rechtsradikalem oder nationalkonservativem Gedankengut zugeordnet werden können (auch oft unbewusst getätigt).
- Framings und Narrative





Im Fall von direkter Hate Speech würden wir Counter Speech im Community Management nicht empfehlen. Community Manager\*innen sollten den Kommentar verborgen. Wenn er strafrechtlich relevant erscheint: Einen Screenshot erstellen und bei der Meldestelle melden. Direkte Hate Speech ist häufig strafbar, wie z.B. als Volksverhetzung.

Auch im Fall von direkter Hate Speech empfehlen wir Counter Speech im Community Management nicht. Indirekte Hate Speech ist zwar häufig nicht justiziabel. Aber sie widerspricht oft den Community Guidelines von Plattformen. Auch in diesem Fall kannst Du einen Screenshot erstellen und ihn bei einer Trusted Flagger-Organisation melden (wie zum Beispiel der Meldestelle Respect). Wir empfehlen auch, indirekte Hate Speech in Deiner Netiquette zu untersagen. Dann kannst Du Dich auf Nachfrage auf diese beziehen und damit erklären, warum Du den Kommentar verborgen hast.

Engagierte Follower\*innen und digitale Ehrenamtliche können Dich unterstützen, indem sie die Moderation taggen, wenn sie

einen Kommentar entdecken, der direkte oder indirekte Hate Speech enthält. Oder sie können selbst direkt damit zur Meldestelle gehen. Checke zudem das Profil der hetzerischen User\*innen. Wenn sie Dir verdächtig erscheinen, blockiere sie und melde den Account gegebenenfalls der Plattform.

Um den Vorfall gegenüber Deiner Community nicht unsichtbar zu machen, kannst Du einen Hinweis schreiben, zum Beispiel:

*“Hier wurde ein rassistischer Kommentar entfernt. Die Person, die ihn verfasst hat, wurde geblockt und der Kommentar bei der Meldestelle gemeldet“.*

Verschleierte Hate Speech kommt oft in Form von Framings und Narrativen daher. Dann kann Gegenrede manchmal sinnvoll sein, wenn man die Kompetenz zur Aufklärung zum Thema, sowie die nötigen Kapazitäten dafür hat. Es kann entweder rhetorisch geschickte, öffentliche Counter Speech in der Kommentarspalte angewendet werden, oder auch Call-In-Strategien oder eigene Content Creation zum Thema und der Verweis darauf in der Kommentarspalte.



Die Entscheidung, wie du mit verschleiertem Hate Speech umgehst, hängt von verschiedenen Faktoren ab. Zum Beispiel von Deiner Zielsetzung für die jeweilige Community: soll sie ein Raum für Austausch und Lernen sein, oder ein Safer Space für Betroffene?

Es hängt auch von Deiner Vermutung ab, ob der\*die jeweilige\*r Nutzer\*in gezielt und absichtlich gehandelt hat, oder unbewusst und unreflektiert etwas nachgeplappert hat.

In jedem Fall solltest Du den\*die Nutzer\*in weiterhin beobachten und bei wiederholtem Spam mit problematischen Argumenten solltest Du Konsequenzen ziehen.

Entscheidend ist auch dabei: Nimmst Du an, dass die Person gezielt vorgeht? Oder dass sie unbewusst agiert und noch offen für eine Diskussion und für Argumente zugänglich ist?

Manchmal gibt es in Online Communities Probleme mit wiederholter Verbreitung von indirekten und verschleierten Vorurteilen durch eine größere Anzahl von Nutzer\*innen. Wenn Deine Organisation auf diese Nutzer\*innen nicht verzichten kann,

empfehlen wir Dir als Reaktion, nicht auf einzelne Kommentare zu antworten. Gehe in diesem Fall Counter Speech strategisch und proaktiv über die Content Creation an. Erstelle eigene, geeignete Bildungsinhalte zu den wiederkehrenden Themen, die andere Perspektiven auf das Thema beleuchten. Hole gegebenenfalls externe Expert\*innen hinzu, die das Thema gut aufbereiten können. Diese Inhalte können bei wiederkehrenden Themen dann auch immer wieder verlinkt werden. So ersparst Du Dir und Deinen Kolleg\*innen, die Debatte jedes Mal neu aufzurollen.

Eine weitere Möglichkeit ist, den Großteil der verschleierte Hate-Speech-Kommentare zu verbergen, jedoch ab und zu einen davon exemplarisch stehenzulassen. Statt die Vorfälle komplett unsichtbar zu machen, antwortest Du darauf gezielt und strategisch an einer einzigen Stelle. Du lieferst Deine Gegenargumente in einer für Mitlesende strukturierten, nachvollziehbaren Form, anstatt über tausend Kommentarstränge verteilt. So signalisierst Du gleichzeitig auch Betroffenen, dass Du anwesend und ansprechbar bist.

**Wenn Du Dich zum Countern entscheidest**

Hast Du Dich entschieden: Ein Kommentar ist nicht so problematisch, dass Du ihn verbergen oder melden musst. Vielmehr ist es Dir an dieser Stelle wert, in Gegenrede zu investieren. Für diese Fälle gibt es einige Tipps, wie die Gegenrede gelingen kann.

Überlege Dir, welches Ziel du mit der Gegenrede erreichen und wie Du konkret countern möchtest. Es gibt verschiedenste Arten von Counter Speech; und Countern meint keineswegs immer eine inhaltliche Debatte in der Kommentarspalte.

Wenn du inhaltlich gegenargumentieren möchtest empfiehlt sich, sehr freundlich und sachlich zu bleiben und sich nicht provozieren zu lassen. Denn es könnte das erklärte Ziel des Gegenübers sein, zu ausfallendem Verhalten zu provozieren, um sich dann als Opfer Deiner Wut zu inszenieren und Solidarisierungseffekte zu erzeugen. Mach Dir bewusst: Gegenrede richtet sich nie in erster Linie an Dein Gegenüber. Sondern vor allem an die mitlesende Community, die sich auch eine Meinung bildet. Oder die vielleicht selbst betroffen ist. Du möchtest vor allem die Community dazu

bewegen, sich mit den Betroffenen und mit dir zu solidarisieren. Das erreichst Du eher mit Freundlichkeit, als mit Patzigkeit. Denn Meinungsbildung beruht leider nur zum Teil auf Fakten. Auch die emotionale Reaktion spielt mit hinein. Deshalb ist es sehr wichtig, dass Du Dich nicht provozieren lässt, sondern betont freundlich bleibst und auf Deine Formulierungen achtest. Es empfiehlt sich, zu bejahen, statt zu verneinen: Anstatt “Hör auf, hier rumzupöbeln” lieber: “Wir wollen hier sachlich miteinander sprechen”. Wenn Du es mit einer Person zu tun hast, die Argumenten noch zugänglich ist, kann es hilfreich sein, zuerst nach Gemeinsamkeiten zu suchen und einen Common Ground herzustellen, bevor ihr die Argumente des Gegenübers kritisiert. Am besten funktionieren Argumente und Formulierungen, die überraschend, kreativ und unerwartet sind; die Dich nicht sofort in eine bestimmte Schublade einordnen. Daher lohnt sich das Nachdenken über ungewohnte Gegen-Frames, statt die immer selben Gegenargumente zu wiederholen, die bereits tausend Mal vorgebracht wurden – und auf die das Gegenüber bereits vorbereitet ist.

**Siehe auch**  
→ **Kapitel 6.6.** *rhetorisch geschickt countern*,  
Seite 211



## 6.5. Call-Out? Oder Call-In?

„Das ist rassistisch!“:

Herausforderungen im Umgang mit öffentlichen Hinweisen  
auf Diskriminierung innerhalb von Online Communities

### Strategie: Call-Out / outcallen

Öffentlich auf ein problematisches Verhalten aufmerksam machen,  
d.h. auf Social Media z.B. in der Kommentarspalte

#### Kontext:

- Wenn jemand etwas Diskriminierendes, Gewaltvolles oder Problematisches sagt oder tut.
- Call-Out ist strategisch vor allem sinnvoll im Kontext einer Call-Out-Kampagne gegen ein großes, einflussreiches Gegenüber, das man mit anderen Mitteln nicht zu einer Verantwortungsübernahme bewegen kann. Beispiele: #MeToo oder #BlackLivesmatter

#### Vorteile:

- Die Öffentlichkeit kann unter Umständen Betroffene schützen.
- Es können sich Verbündete einschalten, die die Wahrnehmung einer betroffenen Person bestätigen. Sie verteidigen oder unterstützen, den Vorfall zu erklären und einzuordnen.
- Es gibt Zeug\*innen des Vorfalls.
- Öffentlicher Druck kann entstehen, der eine Person dazu bringen kann, ihr Verhalten zu überdenken.
- Viele Menschen lesen mit und können daraus lernen.

**Herausforderungen:**

- ➔ Aus Angst vor öffentlichem Gesichtsverlust beginnt die kritisierte Person aller Wahrscheinlichkeit nach, sich zu rechtfertigen und zu verteidigen. Was Betroffene oft eher weiter verletzen kann, als dass es ihnen nützt.
- ➔ In sozialen Medien entsteht leicht eine virale, unmoderierte Dynamik, die sich vom eigentlichen Kern der Kritik entfernt. Innerhalb der Empörungsökonomie der Plattform wird daraus eine Art Medienspektakel, das sowohl den betroffenen Personen schaden, als auch kritisierte Personen über das angemessene Maß hinaus strafen kann.
- ➔ Es entsteht ein großer und tendenziell explosiver Druck. Ein sicherer Raum für Selbstreflexion und Lernen wird dabei zerstört. Ein Call-Out kann deshalb in sozialen Netzwerken leicht die Abwehr erhöhen, ein Thema zu reflektieren. Er kann auch zu Solidarisierungseffekten aus der Community mit einer gewaltausübenden Person führen.
- ➔ Eventuell beginnen auch weitere Personen, ihre (unbewussten) Vorurteile öffentlich breitzutreten und es kann für Betroffene umso überfordernder werden.
- ➔ Eine Verantwortungsübernahme der gewaltausübenden Person wird dadurch oft nicht erreicht, die mit anderen Mitteln vielleicht eher hätte erreicht werden können.

**Lösungsansätze:**

- ➔ Ziele und Strategien reflektieren.
- ➔ Call-Out als letztmögliches Mittel begreifen, wenn andere Strategien (wie Call-In) nicht greifen.
- ➔ Keine Call-Outs ohne die Rücksprache mit Betroffenen, ob sie überhaupt Zeit und Kraft für eine potenzielle virale Dynamik und unvorhersehbare Konsequenzen haben.



### Über Call-Outs

Ein Call-Out ist ein öffentliches Aufmerksam-Machen darauf, dass jemand etwas Gewaltvolles, Unterdrückendes oder Diskriminierendes sagt oder tut. Im Prinzip ist jeder Hinweis auf diskriminierendes Verhalten in der Kommentarspalte ein Call-Out, da dieser öffentlich stattfindet.

Call-Outs können eine sinnvolle, wichtige und berechtigte Strategie sein, Gerechtigkeit einzufordern. Vor allem in Fällen, wenn sehr einflussreiche Personen zur Rechenschaft gezogen werden sollen, die mit anderen Mitteln nicht erreichbar sind, als mit einem öffentlichen Aufschrei. Oder wenn Personen sich gezielt aus einer ideologischen Motivation heraus diskriminierend verhalten. Oder wenn andere Strategien versagen.

Bekannte erfolgreiche Call-Out-Kampagnen sind zum Beispiel #MeToo oder #BlackLivesMatter. Diese richteten sich gegen eine einflussreiche Person der Filmindustrie beziehungsweise gegen die US-amerikanische Polizei. Also gegen sehr mächtige Personen beziehungsweise Institutionen.

Call-Outs können aber in vielen Fällen auch unsinnvoll sein. Personen, die im eigenen Umfeld oder in der eigenen Community

aktiv sind, zu denen eine tragfähige Beziehung besteht und die auch auf anderen Wegen erreichbar sind, sind Argumenten vielleicht noch zugänglich. Call-Outs können problematische Dynamiken auslösen, die die Situation eher verschlimmern, als verbessern – auch für die Betroffenen. In so einem Fall sollte man sich deshalb überlegen, zuerst eine andere Strategie auszuprobieren.

Kritik kann durch Online-Enthemmungseffekte oft sehr viel unfreundlicher wahrgenommen werden, als sie tatsächlich gemeint ist. Anders als mächtige Personen und Institutionen, hat eine private Einzelperson keine Erfahrung mit öffentlicher Kritik und auch kein Social-Media-Team, das ihre Kanäle betreut und sie professionell abschirmt und unterstützt, indem es zum Beispiel mithilfe von Rechtsberatung professionelle Stellungnahmen verfasst. Eine Einzelperson hat kein Team, das eine virale Empörungsdynamik von ihr als Person fernhält. Eine Privatperson geht nicht, wie ein Social-Media-Team, nach der Schicht nach Hause und nimmt emotionalen Abstand. Vielmehr bekommt sie sämtliche Kritik unmoderiert auf ihrem privaten Telefon ab: Morgens, direkt nach dem Aufstehen, beim Pflegen der kranken Mutter oder nach dem Streit mit dem Partner. Auf Privatpersonen,



die keine Erfahrung mit öffentlichem Exponiertsein haben, kann solche unmoderierte, öffentliche und virale Kritik auf Social Media schnell enorm überfordernd wirken. Dabei spielt es keine Rolle, ob die Kritik berechtigt ist oder nicht.

Die Wahrscheinlichkeit ist hoch, dass eine öffentlich kritisierte Person emotional aufgebracht reagiert und sich in diesem Zustand auf eine Weise verhält, die alles eher noch schlimmer macht und Betroffenen noch mehr schadet. Die Dynamik in den Kommentarspalten wird durch Algorithmen beeinflusst, die Empörung belohnen. Daher kann auch ein kleiner Vorfall schnell umschlagen in eine eskalierte Empörungsdynamik, in der sich die Kritik immer weiter von der ursprünglichen, sachlichen Kritik entfernt. Je heftiger solche Situationen eskalieren, desto mehr Aufmerksamkeit erhält der Vorfall, und bedient dabei die Profitlogik der Plattformen. Eine solche Dynamik kann Betroffenen in vielen Fällen eher schaden als nützen, weil sie mit enormem Zeitaufwand und emotionaler Arbeit verbunden ist. Sie kann ausufernde Konfrontationen, Konflikte und Erklärungsbedarfe im eigenen Umfeld nach sich ziehen. Und führt mit ho-

her Wahrscheinlichkeit eher zu einer Verhärtung der Dynamik als dazu, dass die kritisierte Person Verantwortung übernimmt. Auch diejenige Person, die einen (berechtigten) Call-Out startet, hat später keinen Einfluss mehr auf die darauffolgende, unmoderierte Empörungsdynamik, die aus der viralen Logik der Plattformen entstehen kann.

Auch wenn wir Alle das meist nicht bewusst reflektieren: Intuitiv spüren die meisten von uns, dass in sozialen Medien eine heftige Empörungsdynamik droht, wenn wir online einen Fehler machen. Viele Menschen haben Angst davor, im Netz etwas Falsches zu sagen. Oft wird dem entgegnet, dass man sich eben damit befassen muss, wie man mit eigenen Fehlern, Kritik und Call-Outs gut umgehen kann. Und das ist im Prinzip auch richtig: Fehler im Netz sind unvermeidbar. Hinweise auf Fehler können wichtig sein. Es ist wichtig, zu lernen, wie man darauf gut reagieren kann. Weist uns eine Person darauf hin, dass eine von uns getätigte Äußerung diskriminierend ist, dann sollten wir damit einen ruhigen, verantwortungsbewussten Umgang erlernen. Wahrscheinlich möchte die Person uns nur auf ein



unbewusstes Vorurteil aufmerksam machen, das wir noch nicht reflektiert haben, oder auf eine Wissenslücke oder Falschinformation, die korrigiert werden sollte.

Wollen wir uns im Netz verantwortlich verhalten, dürfen wir nicht darauf verzichten, uns mit einem guten Umgang mit Fehlern zu beschäftigen: Wie entschuldigt man sich glaubhaft? Und wie übernimmt man Verantwortung, wenn man kritisiert wird? In vielen Fällen ist mit einer kurzen Bitte um Verzeihung das Thema bereits vom Tisch.

Auch wenn es also richtig ist, dass man sich mit einem guten Umgang mit Fehlern, Kritik und Call-Outs befassen sollte: Es ist gerade im Community Management auch wichtig, sich des Eskalationspotenzials von öffentlichen Hinweisen bewusst zu sein. Und es ist auch ratsam, sich zu überlegen, welche alternativen Umgangsweisen es gibt, die weniger eskalierend sind. Um eskalierende Dynamiken innerhalb Deiner Communities vermeiden zu können.

Mache Dir den Einfluss der Empörungswirtschaft auf den Plattformen bewusst. Und mache Dir klar, mit welchen Algorithmen und Geschäftsmodellen die sozialen

Netzwerke arbeiten. Soziale Netzwerke bieten uns die Umgebung, in der wir versuchen, solche wichtigen gesellschaftlichen Lern- und Reflexionsprozesse zum Thema Diskriminierung zu durchlaufen. Doch dieser Prozess wird dabei beeinflusst von Dynamiken, die die Abwehr auch noch befeuern, die auch außerhalb sozialer Medien sowieso mit der Auseinandersetzung mit verinnerlichten Vorurteilen einhergeht.

Es kann natürlich hilfreich sein, sich an den Reaktionen bestimmter Vorbilder zu orientieren und ein Beispiel zu nehmen. Wie zum Beispiel an Lizzo, die nach Kritik an einer ableistischen Formulierung sofort eine perfekte Bitte um Verzeihung und Verantwortungsübernahme präsentierte.

Wir sollten uns dabei aber auch bewusst machen: Lizzo ist zum einen ein Medienprofi und die Öffentlichkeit gewöhnt. Zum anderen hat sie ein professionelles Team an ihrer Seite, das ihr den Rücken freihält.

**Siehe auch:**

**Workbook Teil 1 (Schutzkonzepte):**  
**→ 3.9. Verantwortungsübernahme**





Dieser Anspruch kann nicht der Anspruch an den Umgang mit öffentlicher Kritik an jedermann sein.

Wir müssen uns auch überlegen, wie bessere Wege aussehen könnten, Menschen zu einer Verantwortungsübernahme zu bewegen, ohne sie dem öffentlichen Druck und damit einhergehenden Risiken auszusetzen. Wir müssen öffentliche Empörungsdynamiken verstehen und ihnen bestmöglich aktiv entgegenwirken. Nur so können wir eine Kultur nachhaltiger Reflexions- und Lernprozesse gestalten, ohne dass die Empörungsdynamik sozialer Medien einen negativen Einfluss auf gesellschaftlich wichtige Lernprozesse nimmt.

Wenn Du Dich tiefergehend damit befassen möchtest, welche Dynamiken und Narrative soziale Netzwerke implizit befeuern, empfehlen wir Dir den TED-Talk von Dr. Elisha Lim. In diesem wird beschrieben, dass Storytelling-Inszenierungen von Gut und Böse von den Algorithmen der Social-Media-Plattformen favorisiert werden. Und dass dieser Mechanismus Menschen dazu bewegt, sich auf Social Media selbst als die Guten zu inszenieren, die gegen das Böse vorgehen. Letztlich hetzt uns das jedoch vor

allem gegeneinander auf.

Wenn Menschen sich als Verbündete zeigen wollen, ist das an sich etwas Gutes. Jedoch kann ein Call-Out auch eine Form von performativem Aktivismus sein (performative allyship): In sozialen Medien inszenieren Menschen sich als progressive Verbündete, ohne jedoch irgendwelche echten Konsequenzen zu tragen oder tatsächlich in die Lösung der Situation zu investieren.

Wenn viele Menschen performativ eine Aussage oder ein Verhalten verurteilen, doch niemand oder nur wenige Personen um die Deeskalation und Lösung einer Situation bemüht sind, werden wir Gewalt und Diskriminierung nicht in den Griff bekommen.

Es kann psychisch eine enorme Belastung sein, wenn immer weiter unmoderierte, öffentliche Kritik auf jemanden einprasselt: Wenn man morgens nach dem Aufstehen als Erstes zehn neue, kritische Kommentare auf dem Handy sieht, die in der Eskalation des Vorfalls zunehmend unfreundlicher und irgendwann vielleicht unsachlich und beleidigend werden. Das erschwert Reflexions- und Lernprozesse eher, als dass es sie be-



günstigt. Denn die Kapazitäten der Person werden gebunden mit der emotionalen Verarbeitung dessen, was vor sich geht. Eine Person, die unerfahren ist im Umgang mit Dynamiken in sozialen Medien, wird vor allem damit beschäftigt sein, öffentlich ihr Gesicht und Image zu wahren. Und sie wird weniger Energie darauf verwenden, zu verstehen, was sie eigentlich falsch gemacht hat. Die Abwehr, die es sowieso im Zusammenhang mit der Reflexion über unbewusste Diskriminierung gibt, wird so noch zusätzlich erhöht.

Die Dynamik kann auch eine traumatische Dimension haben: öffentlich auf Fehler hingewiesen zu werden kann zum Beispiel schlechte Erfahrungen mit Gewalt und Ausgrenzung durch Gruppen triggern, zum Beispiel im Kontext Schule, wie zum Beispiel Mobbing Erfahrungen. Eine Person die von derartigen Erinnerungen und damit verbundenen Gefühlen überwältigt ist, ist nicht bereit, eine Aussage zu reflektieren, die sie gemacht hat.

Eine Kommentarspalten-Dynamik auf Social Media ist kein gerechter Prozess. Gerade marginalisierte Menschen verfügen oft nicht über die professionellen Selbstdar-

stellungs-Kompetenzen, über die das Social Media Team eines Medienprofis verfügt. Schlägt ein berechtigter Call-Out aufgrund der Empörungsökonomie der Plattformen in eine Shitstorm-Dynamik um, wird die für ihren unbewussten Fehltritt kritisierte Person schnell unberechtigt hart bestraft.

Im schlimmsten Fall kann eine Online-Empörungs-Dynamik auch bei einem relativ kleinen Fehltritt, wie einer unsensiblen Formulierung, bis zu einem existentiellen Level eskalieren. Für eine Person, die von Klassismus betroffen ist, kann so eine unmoderier-te Dynamik schnell existenziell werden, wenn Image-Schäden entstehen und Einnahmequellen wegbrechen. Die potenziellen Konsequenzen sind für sie ungleich höher als für wohlhabende, einflussreiche Personen. Für eine einflussreiche, mächtige Person oder Institution hat sogar eine größere Call-Out-Kampagne meist kaum reale Konsequenzen (auch wenn gerade diejenigen, die man gar nicht canceln kann, meist diejenigen sind, die am lautesten über „Cancel Culture“ jammern). Eine einflussreiche Person mit einem professionellen Social Media Team und Rechtsberatung kann einen Image-Schaden viel besser ab-



wehren. Und auch besser mit eventuellen Einnahmeverlusten umgehen. Marginalisierte Selbstständige dagegen können das beispielweise oft nicht. Deshalb ist es wichtig, sich die Gefahren viraler Dynamiken bewusst zu machen und zu bedenken, dass nicht Alle dieselben Rahmenbedingungen haben, damit umzugehen und sich vor möglichen Folgen zu schützen.

Die Folgen von Online-Empörungsdynamiken können gerade für Personen aus marginalisierten Gruppen selbst bei kleinsten Fehlritten schnell eine heftig be- strafende Dimension annehmen. Und das auch, wenn niemand das beabsichtigt hat: einfach bedingt durch die virale Umgebung. Auch eine Person, die sich Sorgen um ihr Image und möglicherweise damit verbunden existenzielle Sorgen macht, ist nicht in einem emotionalen Modus, in dem ihr ein Lern- und Reflexionsprozess möglich ist.

Praxen wie der Call-Out, beziehen sich im Ursprung auf Ansätze wie transformative Gerechtigkeit und Community Accountability. Deren Ziel ist grundsätzlich nicht, Menschen zu bestrafen. Sondern vielmehr, strukturelle Gewaltdynamiken zu verstehen

und in Communities zu durchbrechen – ohne zu strafen und ohne Menschen aus Communities auszuschließen, sondern durch gemeinsames Reflektieren und Lernen. Wer sich dieser Praxen bedient, sollte sich dabei auch des Ursprungs der Praxen und der eigentlichen Zielsetzung bewusst sein.

Als Moderation beziehungsweise als Verbündete\*r sollte man sich immer auf die Ziele konzentrieren, die man eigentlich erreichen möchte. Im besten Fall wird ja erreicht, dass die Person, die einen Fehler gemacht hat, das Problem versteht und den Fehler eingesteht. Dass sie Verantwortung für Wiedergutmachung übernimmt und die betroffene(n) Person(en) glaubhaft um Verzeihung bittet, sowie den Fehler in Zukunft nicht wiederholt. Vielleicht sogar Anderen in Zukunft erklären kann, warum etwas problematisch ist. Um diese Ziele zu erreichen, sind meistens klärende Gespräche in einem sicheren Rahmen vielversprechender als öffentliche Kritik und hitzige Debatten in öffentlichen Kommentarspalten.

**Siehe auch:**

[Workbook Teil 1 \(Schutzkonzepte\)](#)

→ **3.3. Die Ursprünge von Awareness-Arbeit (Community Accountability)**

**Strategie: Call-In**

Unter vier Augen auf ein problematisches Verhalten aufmerksam machen,  
d.h. auf Social Media z.B. per Privatnachrichten

**Kontext**

- ➔ Innerhalb von Communities, Organisationen und Gruppen. Wenn es um Reflexionsprozesse unter Verbündeten geht und nicht um Auseinandersetzung mit rechtsradikalen Trollen oder um Kampagnenarbeit gegenüber mächtigen Institutionen.
- ➔ Wenn eine tragfähige Beziehung oder zumindest ein persönlicher Bezug zu einer Person besteht.
- ➔ Wenn eine Person Argumenten zugänglich ist.
- ➔ Wenn man genauer aufklären oder inhaltlichen Input geben möchte.
- ➔ Wenn eine Person vermutlich unbewusst und unabsichtlich etwas Diskriminierendes oder Problematisches geschrieben hat (was nicht so problematisch ist, dass man es per Netiquette entfernen muss, oder wenn andere Gründe gegen das Löschen sprechen, oder wenn man selbst nicht die Möglichkeit hat, etwas zu entfernen).

**Vorteile:**

- ➔ Die Abwehrreaktion der Person gegen Kritik ist niedriger, wenn diese unter vier Augen geäußert wird, als wenn sie öffentlich geäußert wird (wie z.B. in der Kommentarspalte, wo Alle mitlesen).
- ➔ Eine gute Strategie, um nachhaltige Bildungsarbeit zu leisten und Veränderungsprozesse anzustoßen.
- ➔ Wenn es um die Gestaltung eines sicheren Raumes zur Selbstreflexion und zum Lernen geht, der ermöglicht, auf Fragen einzugehen, die die Person sich öffentlich vielleicht nicht traut, zu stellen.
- ➔ So kann eher erreicht werden, dass die Person von sich aus den Kommentar überarbeitet oder eine Reaktion zurücknimmt. Oder sich gegebenenfalls entschuldigt und Verantwortung übernimmt.
- ➔ Manchmal können Situationen, die öffentlich in den Kommentarspalten völlig eskalieren würden, mithilfe eines nicht-öffentlichen Call-Ins in kürzester Zeit geklärt werden.



### Herausforderungen

- ➔ Call-In kann zeitintensiv sein (in der Regel aber nicht zeitintensiver als eine explodierende Kommentarspalte).
- ➔ Wenn ein öffentlicher Hinweis auf ein Problem komplett fehlt, kann das Betroffenen signalisieren, dass sie mit der Situation allein gelassen werden.
- ➔ Der Rest der Community ist von der Debatte und vom Lernprozess ausgeschlossen. Wenn Learnings und Ergebnisse nicht mit der gesamten Community geteilt werden, kann das ineffektiv sein, weil dann nur eine Person etwas lernt.
- ➔ Die Perspektive von betroffenen Personen fehlt evtl. in der Diskussion. Einen Call-In ohne ausreichendes Wissen zum Thema zu starten, geht mit der Gefahr einher, falsches Halbwissen weiter zu vermitteln oder sogar selbst Diskriminierung zu reproduzieren.
- ➔ Den richtigen Ton wählen. Eine Person freundlich aber bestimmt auf Kritik anzusprechen, ohne dass die Person sich zu stark angegriffen oder kritisiert fühlt; aber doch so, dass sie der Kritik nicht ausweicht.
- ➔ Es ist fraglich, ob die Person überhaupt die Nachricht liest, wenn sie in den Nachrichtenanfragen landet. Es kann auch sein, dass die Person auf Nachrichtenanfragen nicht reagiert.



### Lösungsansätze

- ➔ Vorsichtig und sehr, sehr freundlich öffentlich darauf hinweisen, dass es hier ein Problem gibt und dass man es gerne per PN erklären möchte.
- ➔ „Call out the behaviour, not the person“: Das Thema, um das es geht, ins Zentrum der Kritik rücken – und nicht die Person. Auf die Problematik einer Aussage oder eines Verhaltens öffentlich hinweisen, ohne die kritisierte Person in den Fokus zu rücken.
- ➔ Die kritisierte Person, zumindest sofern sie sich kooperativ verhält, vor andauernder Wiederholung der Kritik schützen, aber ohne die Kritik herunterzuspielen. Und sich bemühen, die Situation zu de-eskalieren.
- ➔ Die Debatte aus der betreffenden Kommentarspalte heraus an einen anderen Ort umlenken, wo der Fokus weg geht von der Person. Zum Beispiel indem man ein eigenes Posting erstellt, unter dem das Thema erklärt und diskutiert werden kann, ohne Fokus auf die kritisierte Person. Den Vorfall also nicht unsichtbar machen, sondern als Anlass nutzen, damit die ganze Community sich mit dem Thema befasst und auch andere Mitlesende davon lernen können.
- ➔ In Kontakt mit betroffenen Personen sein, und nachfragen, was sie brauchen, um sich sicher zu fühlen.
- ➔ Der kritisierten Person Zeit verschaffen zu begreifen, was passiert ist. Mit freundlichem, aber bestimmtem Nachdruck die kritisierte Person jedoch auch daran erinnern, dass eine Bitte um Verzeihung oder weitere Schritte zur Wiedergutmachung sinnvoll wären. Und sie darin unterstützen, einen guten Weg zu finden, das umzusetzen. Zum Beispiel eine gute Bitte um Verzeihung zu verfassen.
- ➔ Für alle Beteiligten sollte ein möglichst sicherer und gesichtswahrender Raum entstehen, damit die Situation nicht eskaliert (was am Ende oft vor allem Betroffenen schadet).

**Call-In: Worauf kannst Du achten?**

- Als Moderation eine Haltung einnehmen, die dem Verständnis von Gewalt aus der transformativen Gerechtigkeit (transformative justice) entspricht: Dabei werden Gewalt und Diskriminierung immer als ein systemisches und strukturelles Problem verstanden, das aus der gesamten Gesellschaft kommt und in der gesamten Community adressiert werden muss. Und nicht als alleiniges Problem der gewaltausübenden Person. Das Thema muss in der gesamten Community bearbeitet werden. Die einzelne Person soll nicht bestraft, sondern wenn möglich dazu bewegt werden, einen Fehler einzugestehen und Verantwortung dafür zu übernehmen.
- Chose your Battles: einen Moment durchatmen, um den Block laufen, sich beruhigen.
- Reflektieren: ist dieser Vorfall wirklich so schlimm, dass er im Zweifelsfall eine große, virale Eskalation wert ist, die auf allen Seiten viel Zeit und Kraft kostet?
- Sich auf die Zielsetzung der Kritik besinnen: Betroffene bestmöglich schützen und unterstützen. Anregen, dass die kritisierte Person Verantwortung für ihren Fehler übernimmt, ihn korrigiert und in Zukunft nicht wiederholt. Überlegen, wie diese Ziele am besten erreicht werden können.
- Betroffenen Unterstützung anbieten. Fragen, was sie brauchen. Gegebenenfalls Rücksprache mit betroffenen Personen halten, ob sie überhaupt möchten, dass man ein öffentliches Fass aufmacht.
- Reflektieren, was der Hintergrund des Vorfalls ist: Was ist die Intention der kritisierten Person? Ist sie überzeugt von einer diskriminierenden Haltung – oder hat sie unabsichtlich einen Fehler gemacht? Ist sie eventuell mit anderen Mitteln besser für Argumente zugänglich als mit einem öffentlichen Hinweis? Wenn ja, privates Gespräch mit der Person unter vier Augen suchen und freundliche Klärung anstreben.



- Nur nach gezielter, strategischer Reflexion über die Situation outcallen und sich der möglichen Folgen einer öffentlichen Auseinandersetzung für beide Seiten bewusst sein.
- Den auslösenden Vorfall immer zurückverfolgen und sich nicht von der zentralen Kritik am ganz konkreten Verhalten entfernen, damit die Dynamik nicht in einen unsachlichen Shitstorm umkippt.

#### **Wenn eine betroffene Person selbst einen Call-Out gestartet hat:**

Leiste zuerst emotionale Unterstützung für die betroffene Person und bestätige ihre Wahrnehmung. Bitte kritisiere sie nicht für einen Call-Out, selbst wenn dieser in der Situation vielleicht nicht das effektivste Mittel ist, um die Situation zu lösen.

Betroffene sind eventuell emotional aufgebracht und haben nicht die Kapazitäten, strategisch darüber nachzudenken, was gerade am meisten bringt. Sie suchen vielleicht Schutz durch die Öffentlichkeit oder haben nicht die Kraft, sich selbst (mal wieder) zu erklären und hoffen, dass Andere das übernehmen.

Erkenne den Mut an, den es erfordert, öffentlich auf etwas hinzuweisen. Besonders, wenn das Thema emotional belastend ist. Frage Betroffene, wie Du sie am besten unterstützen kannst. Bringe eigene Ideen und Vorschläge ein. Aber dränge sie nicht, strategische Überlegungen anzustellen.

Danke ihr für die Kraft und Zeit, die sie investiert, um Dinge zu erklären. Höre zu, wenn sie ein empathisches Ohr brauchen. Aber dränge sie nicht, sich zu erklären.

Wenn das für die betroffene Person in Ordnung ist: Kontaktiere die kritisierte Person möglichst per PN. Versuche, die Situation freundlich dahingehend zu lösen, dass die Person um Verzeihung bittet und Verantwortung übernimmt.

Bleibe in dauernder Reflexion mit der betroffenen Person darüber, ob Öffentlichkeit ihr gerade eher nützt oder eher schadet. Habe ein offenes Ohr dafür, wie es ihnen mit der Dynamik in der Kommentarspalte geht, die auf ihren Call-Out möglicherweise folgt. Stehe bereit, sie zu unterstützen, sich aus der Öffentlichkeit zurückzuziehen, wenn ihr die Dynamik doch noch zu viel wird.





### Formulierungshilfen für öffentliche Hinweise

Du möchtest einen öffentlichen Hinweis auf ein problematisches Verhalten geben, damit Betroffene sehen, dass Du präsent bist? Du möchtest aber keine Eskalation in der Kommentarspalte und das mit einem Call-In kombinieren? In dem Fall kannst Du Kommentare verfassen, die in etwa so aussehen:

- „Liebe\*r (Name), Ich glaube nicht, dass du es so gemeint hast, aber ich möchte dich darauf hinweisen, dass man deinen Kommentar als ...-istisch verstehen kann. Ich würde dich daher bitten, ihn entsprechend zu bearbeiten, sonst muss ich ihn aufgrund unserer Netiquette entfernen. Ich kann dir, wenn du möchtest, gerne per PN erklären, warum ich das für notwendig halte.“
- „Liebe\*r (XY), ich glaube nicht, dass du es so gemeint hast, aber Vorsicht, auch Rechtsradikale benutzen dieses Argument / diese Quelle. Man könnte dich missverstehen. Ich möchte dich gerne bitten, den Kommentar zu bearbeiten, sonst müssen wir ihn leider entfernen. Wenn du möchtest, können wir uns gerne per PN darüber austauschen, und ich erkläre dir gerne offene Fragen dazu.“

Eine Situation ist bereits dabei, zu eskalieren? In dem Fall kannst Du Kommentare verfassen, die in etwa so aussehen:

- „Liebe Community, es wurde ja jetzt bereits mehrfach geschrieben und ich denke, (Person XY) hat die Kritik bereits gehört. Gebt (Person XY) nun bitte etwas Zeit, das Gesagte zu verstehen und einen Weg zu finden, damit verantwortlich umzugehen. Wir Alle haben sicher schonmal einen Fehler gemacht, und wir möchten hier einen Raum schaffen, in dem Menschen aus Fehlern lernen und Verantwortung übernehmen können. Ich bitte darum, die öffentliche Kritik nun erstmal ruhen zu lassen, damit (Person XY) sich sortieren und reflektieren kann. Wir sind mit (Person XY) im Kontakt per PN. Wer mir etwas mitteilen möchte, was ich (Person XY) übermitteln soll, kann mir gerne eine PN senden. Die Auseinandersetzung mit dem Thema finden wir sehr wichtig und möchten dafür einen geeigneten Raum geben, wo es gut strukturiert diskutiert werden kann. Das Thema selbst kann ab sofort unter folgendem Post zum Thema weiter diskutiert werden: (Link). Aber bitte ohne (Person XY) dort in den öffentlichen Fokus zu stellen.“



### Quellen und Weiterlesen:

Dr. Elisha Lim: „Social Media's Algorithms Make Us Turn on Each Other -- Here's How | Elisha Lim | TEDx  
<https://www.youtube.com/watch?v=vvuBbS6ImXk>

Dr. Elisha Lim (2020). „The Protestant Ethic and the Spirit of Facebook: Updating Identity Economics.“  
*Social Media + Society*, 6(2), 2056305120910144.

Sian Ferguson, “Calling In: A Quick Guide on When and How”  
<https://everydayfeminism.com/2015/01/guide-to-calling-in/>

Maisha Z. Johnson „6 Signs Your Call-Out Isn't Actually About Accountability“, Everyday Feminism  
 (2016) <https://everydayfeminism.com/2016/05/call-out-accountability/>

Pearson, D. H. (2021). *Accountability, Exile and Social Media: An Analysis of Contemporary Online Public Shaming Practices and „Cancel Culture“* [Master of Arts in Gender and Social Justice Studies, University of Alberta].

Morgan English (2021): „Cancel Culture: An Examination of Cancel Culture Acts as a Form of Counterspeech to Regulate Hate Speech Online“

Performativer Aktivismus – House of Yas <https://houseofyas.de/impact/performativer-aktivismus/>

Asam Ahmad: „When calling out makes sense“ und „A Note on Call Out Culture“

- <https://briarpatchmagazine.com/articles/view/a-note-on-call-out-culture>
- <https://briarpatchmagazine.com/articles/view/when-calling-out-makes-sense>

Lizzo's Apology Is a Masterclass In Taking Ownership and Making Things Right  
<https://relevantmagazine.com/culture/music/lizzos-apology-is-a-masterclass-in-taking-ownership-and-making-things-right>

**Siehe auch: *Workbook Teil 4* (Schutzkonzepte):**  
**→ 3.3. Ursprünge von Awareness-Arbeit – Quellen und Ressourcen Liste**



## 6.6. Geschickt countern: Rhetorik contra Hate Speech

### EINLEITUNG

Dieser Artikel behandelt individuelle, verbale Reaktionen auf diskriminierende Inhalte. Es ist generell zu begrüßen, wenn sich Individuen verbal gegen Diskriminierung wenden. Es wäre noch besser, wenn sich Individuen *rhetorisch bewusstwerden*, was sie wann und wie kommunizieren, um einen deutlicheren Effekt zu erzielen. Wie dies konkret gelingen kann, ist Inhalt dieses Artikels.

**Autor\*in:** Fluky, Trainer\*in und Autor\*in

als **Kartoffel mit Herz** mit den Schwerpunkten Hate Speech, Desinformation, Diversity, diskriminierungssensible Medienpädagogik

als **DJ Freshfluke**: DJ, Turntablist, Autor\*in & Trainer\*in mit dem Schwerpunkt HipHop

<https://speakerinnen.org/de/profiles/fluky-kartoffel-mit-herz>

[https://www.diversity-workshops.online/diversity\\_trainer\\_innen](https://www.diversity-workshops.online/diversity_trainer_innen)



## COUNTERSPEECH STRATEGIEN

Um die nachfolgenden Strategien anzuwenden, solltest Du Dir vorher einiger Grundbedingungen bewusst sein:

- Die Situation insgesamt: Wo findet die Hate Speech statt? Habe ich die Ressourcen, mich darauf einzulassen?
- Was ist meine Rolle? Kenne ich mein Gegenüber persönlich? Es macht einen Unterschied, ob Du als Familienmitglied, Kolleg\*in oder Zufallsperson mit jemandem sprichst.
- Was ist die Rolle des Gegenübers? Handelt es sich um ein Familienmitglied? Eine\*n Vorgesetzten? Vereinskamerad\*in? Sehe ich die Person noch mal wieder?
- Was kann ein realistisch erreichbares Ziel meiner Counter Speech sein? Kann ich eine betroffene Person schützen? Kann ich umstehende beziehungsweise mitlesende Personen positiv beeinflussen, indem ich meinen Standpunkt öffentlich mache? Sollte ich eine Grenze ziehen bzw. kann ich eine Person in die Schranken weisen, die sich mit Hate Speech äußert?
- Verschafft meine Gegenrede dem Hate-Kommentar erst recht noch Reichweite?
- Ist der Hate-Kommentar frisch und weit oben zu lesen oder haben schon dutzende Menschen davor kommentiert? Wer wird meine Counter Speech noch lesen, wird diese überhaupt Menschen erreichen?
- Was für ein Ziel verfolgt mein Gegenüber? Ist es eine Person mit unbewussten Vorurteilen aus meiner Community, die lernbereit ist? Oder ist es eine Person mit ideologisch gefestigter Haltung?

Ideologisch gefestigte Personen sind kaum bis nicht erreichbar. Sie sind nur in Ausnahmefällen erreichbar, wenn eine persönliche Beziehung (Freundschaft, Familie, ...) besteht – und auch dann muss man von einem langwierigen Prozess ausgehen. Oder habe ich es eventuell mit einem Troll zu tun, dessen erklärtes Ziel es ist, meine Zeit zu stehlen und meine Arbeit beziehungsweise mein Anliegen zu behindern?



## COUNTER SPEECH STRATEGIE 1: (RE)FRAMING

Unter Framing versteht man den Deutungsrahmen, den wir einem Begriff geben, vom Englischen “to frame” (etwas rahmen). Die Rahmung einer Information kann dabei die Wirkung auf den Empfänger einer Information stark beeinflussen – es handelt sich also um eine psychologische Wirkung von Botschaften. Die Rahmung wird dabei durch Wortwahl sowie visuelle Gestaltung erreicht. Da jede unserer Aussagen automatisch ein Frame erzeugt, können wir gar nicht “nicht framen”. Auch können wir Frames nicht verneinen; das Gehirn ignoriert die Verneinung einfach. Und jede Wiederholung verstärkt den Frame noch, ein Vorwissen schützt dabei nicht. Denn: „Denk jetzt **nicht** an Donald Trumps Frisur!“ (Hat nicht geklappt, was?! 😊)

Als griffiges Beispiel wird gerne der Begriff “Klimawandel” verwendet, im Kontrast zu “Klimakatastrophe”. Während “Wandel” ein neutraler Begriff ist, verdeutlicht “Katastrophe” hier automatisch eine Dringlichkeit. Noch deutlicher wird der Effekt des Deutungsrahmens folgendem Begriffspaar: “Ehrenmord” für Femizide, die von migrantischen Männern verübt werden versus “Familiendrama” bei Femiziden durch weiß-deutscher Männer.

Für Counter Speech bedeutet das:

- keine Frames wiederholen
- keine verneinenden Frames verwenden

Auf eine homofeindliche Bemerkung wäre z.B. die Reaktion “Homosexualität ist doch nicht schlimm” problematisch, da hier „Homosexualität“ und „schlimm“ in Bezug zueinander gesetzt werden. Das Gehirn ignoriert das „nicht“.

Besser wäre z.B. „Schade, dass du hier mit deiner Homofeindlichkeit schlechte Laune verbreitest“ – das bezeichnet deutlich das Problem.

Ein anderes Beispiel für Re-Framing wäre: Als Antwort auf „Einwanderung in die Sozialsysteme“ vom „Arbeitsverbot für geflüchtete Menschen“ zu sprechen. Denn erst das Arbeitsverbot ist dafür verantwortlich, dass Geflüchtete auf das Sozialsystem angewiesen sind.



## COUNTER SPEECH STRATEGIE 2: FRAGEN STELLEN

Fragen sind ein mächtiges Werkzeug in der Rhetorik. Einerseits verschafft eine Frage immer auch etwas Zeit zum Nachdenken. Andererseits kann durch geschicktes Fragen ein Gespräch auch gesteuert werden. Bei einer Frage liegt der “Ball” jedenfalls erst mal im Spielfeld der anderen Person, die gegebenenfalls gezwungen ist, sich zu äußern und zu positionieren. So kannst Du mit Fragen Motive und Haltungen entlarven und eventuell auch Desinformation durch W-Fragen aufdecken. Denn: Wer fragt, führt!

Du kannst Fragen gezielt in eine bestimmte Richtung stellen, beispielsweise zu einem Aspekt, der an der Aussage des Gegenübers tatsächlich interessant ist. So kannst Du von problematischen Punkten weglenken, oder diese hervorheben.

Zum Beispiel wenn das Gegenüber besonders diffus formuliert, damit der Post nicht gemeldet oder gesperrt wird. Gerade dann kannst Du die Person mit einem “Wie hast du das denn jetzt gemeint?” dazu bringen, Farbe zu bekennen. Du kannst auch fragen: “Asyl ist doch ein Menschenrecht – bist du gegen die Menschenrechte?”.

Eine Frage ist allerdings auch immer eine Einladung, ein Gespräch fortzusetzen. Willst Du ein Gespräch beenden, solltest Du lieber zu einer anderen Strategie greifen.

## COUNTER SPEECH STRATEGIE 3: POSITIONIERUNG

Sich zu positionieren und eine eigene Meinung zu vertreten, kann ebenfalls eine gute Strategie sein, um die eigenen Werte deutlich zu machen und den eigenen (Online-) Raum zu verteidigen. Eine Positionierung ist immer auch ein Signal an die umstehenden oder mitlesenden Personen, die damit eingeladen werden, sich der Gegenrede anzuschließen.

Positionierungen beginnen z.B. mit “Ich finde, dass...”, “Meiner Meinung nach...”, “Ich vertrete die Position, dass...”.



## COUNTER SPEECH STRATEGIE 4: GRENZE SETZEN

Zieht man rhetorisch eine Grenze, macht man die Grenzüberschreitung der Hate Speech deutlich sichtbar. Dies kann dazu dienen, die umstehenden oder mitlesenden Personen zu adressieren. Du kannst eventuell die Person, die die Hate Speech ausübt, in ihre Schranken verweisen. Und Du kannst mit dieser Strategie auch einen “Punkt” machen und ein Gespräch abbrechen beziehungsweise beenden.

Grenzziehungen könnten z.B. sein: “Auf diesem Niveau diskutiere ich nicht weiter.” oder “Die Menschenrechte sind nicht verhandelbar – die Diskussion endet hier für mich.”

## COUNTER SPEECH STRATEGIE 5: EMPATHIE & PERSPEKTIVWECHSEL

Empathie und Perspektivenwechsel wurden als mächtige Werkzeuge zur Eindämmung von Hate Speech sogar wissenschaftlich untersucht und für effektiv befunden. Schafft man es mit einem Counter-Kommentar, Empathie für die diskriminierte Gruppe zu wecken, wird damit Hate Speech erfolgreich eingedämmt. Erreichbar sind hier in erster Linie Menschen, die sich noch keine feste Meinung gebildet haben und einem Thema noch offen gegenüberstehen.

Ein Beispiel für Empathie und Perspektivenwechsel könnte z.B. sein: “Für queere Personen sind solche Äußerungen schmerzhaft.” oder “Wie würdest du dich fühlen, wenn...”

Gen Z hat dem Thema Empathie noch eine ganz neue Ebene gegeben, die die Täter\*innen adressiert. So finden sich aus dieser Generation oft ganz unironisch Antworten auf Hate Kommentare wie z.B.: „Dir muss wohl etwas Schlimmes passiert sein, dass du jetzt auf Andere losgehst.“, oder: „Hast du heute einen schlechten Tag gehabt? Dein Posting klingt so. Tut mir leid für dich und gute Besserung!“. Diese verblüffen und verwirren die Täter\*innen oft und schaffen eine Atmosphäre von De-eskalation.

Quelle: <https://ethz.ch/de/news-und-veranstaltungen/eth-news/news/2021/12/gegen-hassrede-hilft-empathie.html>



## COUNTER SPEECH STRATEGIE 6: SOLIDARITÄT

Sich solidarisch mit Betroffenen von Hate Speech zu zeigen, ist eine Strategie, die Überlappungen mit "Positionierung" und "Empathie wecken" hat. Ziel ist hier vor allem der Schutz und Beistand mit Betroffenen.

Beispielsweise könntest Du so formulieren: "Ich stehe an der Seite von geflüchteten Menschen, weil mir Menschenrechte wichtig sind." oder "Ich unterstütze auch als cis Person die Anliegen von trans Personen, da Menschenrechte für alle Menschen gleichermaßen gelten."

## COUNTER SPEECH STRATEGIE 7: REGELN UND GESETZE

Der Verweis auf Regeln (z.B. die Netiquette der Social-Media-Plattform) oder auf Gesetze (z.B. das Grundgesetz oder Antidiskriminierungsgesetze), kann eine Strategie sein, um auf eine gemeinsame Grundlage hinzuweisen, auf die zumindest die umstehenden bzw. mitlesenden Personen sich in aller Regel einigen können.

Dieser Verweis auf Regeln und Gesetze kann auch kraftvoll mit einer Frage kombiniert werden, z.B.: "Dein Posting widerspricht dem Grundgesetz – möchtest du das Grundgesetz abschaffen?", oder als Antwort auf etwaige „Man darf ja gar nichts mehr sagen...“-Kommentare: „Entfernt werden Inhalte ja nur, wenn sie gegen die Regeln der Plattform verstoßen - und an Regeln sollten wir uns doch alle halten, oder?“





## COUNTER SPEECH STRATEGIE 8: HUMOR

Humor und Ironie sind in aller Regel schlechte Strategien, um ein Gegenüber zu Reflexion und Nachdenken anzuregen. Bei den umstehenden/ mitlesenden Personen kann es aber auf Zustimmung stoßen und somit eine Positionierung der Umstehenden/ Mitlesenden auslösen.

Wichtig ist, dass der Humor nicht auf Kosten einer anderen Person geht und nicht verharmlosend wirkt. Bestenfalls entlarvt Humor die Unsinnigkeit diskriminierender Statements und entmachtet den Hetzkommentar.

Eine Vorbereitung auf wiederkehrende Fragen oder Parolen empfiehlt sich dabei durchaus. So beantworten z.B. viele BIPOC Personen die Frage „Woher kommst du eigentlich *wirklich*“, die darauf abzielt, dass nur *weiße* Personen „ursprünglich deutsch“ sein können, mit: „Aus meiner Mutter“.

### FAZIT:

Counter Speech ist wichtig und richtig – es lohnt sich aber, darüber nachzudenken, diese Counter Speech so effektiv wie möglich zu gestalten. Entscheidend ist, bewusst zu kommunizieren. Es reicht nicht, „die Guten“ sein zu wollen und zu denken, dass das ausreicht; denn es reicht nicht aus! Es reicht auch nicht aus, „dagegen“ zu sein!

Wollen wir einen Effekt erreichen, müssen wir effektiv und progressiv unsere demokratischen und menschenrechtlichen Werte in den Vordergrund stellen – mit gleichermaßen klarer, wirkungsvoller, sowie strategisch kluger Sprache.

### Was gute Counter Speech ausmacht, beschreibt auch diese Handreichung:

Haltung zeigen – Rosa Luxemburg Stiftung

<https://www.rosalux.de/publikation/id/37599/haltung-zeigen>



## 6.7. Fact Checking

### Strategie: Fact Checking

#### Kontext

- Gegenrede bei Falschinformationen.
- Aufklärung und Bildungsarbeit.
- Gegen Desinformationskampagnen sensibilisieren.

#### Vorteile:

- Fact Checking ist wichtig, um Argumente gegen die False Balance zu zeigen, die durch Desinformationskampagnen entsteht.
- Sie dient auch dem Vorleben einer sachlichen Debattenkultur.
- Man kann stille Mitlesende auf Framings und unlogische Argumentation hinweisen, sowie auf Gegenargumente aufmerksam machen.



### Herausforderungen:

- Sehr zeitaufwändig.
- Viele verschiedene Themen, in die man sich intensiv mittels Recherchen einarbeiten müsste, und viel Themen-Hopping.
- Einzelne Faktencheck-Kommentare gehen leicht zwischen einer Flut aus Desinformation unter.

### Lösungsansätze:

- Gegenrede bei Falschinformationen.
- Nur zu Themen gegenreden, mit denen man sich genügend auskennt.
- Umfassende Recherchen nur im Kontext von gezielter Gegenrede betreiben: Nicht als Antwort auf einzelne Kommentare, sondern in der Content Creation für eigene Postings oder FAQs, oder zum Erstellen von Antwortvorlagen; ggf. mithilfe von Expert\*innen.
- Großteil der Kommentare verbergen, einzelne stehen lassen, um darauf stellvertretend zu antworten.
- Kein Themen-Hopping zulassen.
- Sachliche Debatte einfordern.
- Auf Fragwürdigkeit von Quellen hinweisen. Fact-Checking Seiten können benutzt werden, um Fakten zu finden.
- Fakten in Form eines „Truth Sandwich“ formulieren.



## Was kannst Du tun?

Trolle verbreiten gezielt Desinformationskampagnen über politische Gegner\*innen oder marginalisierte Gruppen, um Menschen Angst vor diesen zu machen. Teilweise werden dazu Fake Accounts benutzt, um zu Themen zu spammen. Und um den Eindruck zu vermitteln, die Mehrheit der Menschen sei der gleichen Meinung („Scheinriesentum“).

Auch hier gilt zunächst zu unterscheiden: Hast Du den Eindruck, es handelt sich um Einzelpersonen, die unbewusst eine Fehlinformation teilen, aber einer sachlichen Debatte noch zugänglich sind? Oder um Themen-Spam von Seiten einer Person oder einer (vielleicht organisierten) Gruppe?

Mach Dir bewusst, dass Du vor allem stille Mitlesende ansprechen möchtest und nicht unbedingt die spammende(n) Person(e)n). Überlege, ob Du in der Kommentarspalte antwortest, oder lieber mithilfe eigenen Contents.

Überlege Dir, auf welche dieser Weisen ein Argument am sinnvollsten zu entkräften ist:

### Es gibt unterschiedliche Arten von Falschinformationen im Netz, zum Beispiel:

**Misinformation:** Unbeabsichtigt verbreitete Fehlinformationen

**Malinformation:** Gezieltes Veröffentlichen von wahren Aussagen wie privaten Daten, um Personen zu schaden. Daten werden dazu oft aus dem Kontext genommen oder Tatsachen verdreht dargestellt

**Desinformation:** Gezielt manipulatives Verbreiten von propagandistischen Falschaussagen, wie Image-schädigenden Gerüchte, hetzerische Falschnachrichte oder Verschwörungserzählungen.

### Arten des Fact-Checking:

- faktenbasierte Korrekturen (Falschaussage durch gesicherte Fakten korrigieren)
- quellenbasierte Korrekturen (Fragwürdigkeit der Quelle offenlegen)
- logikbasierte Korrekturen (verständlich machen, wo das Argument nicht schlüssig ist)



## Tipps zum Umgang mit Fehlinformationen:

- Integriere Desinformation, Themen-Hopping und propagandistischen Spam in Deiner Netiquette und verbiete sie via Hausrecht auf Deinem Kanal. Verbirg offensichtlich hetzerische Falschaussagen und Themen-Spam.
- Promote gute Netzkultur: Fordere Nutzer\*innen auf, zu unterscheiden, ob sie etwas als Meinung oder als Fakt darstellen. Behaupten sie, etwas sei ein Fakt, bitte sie, ihre Quellen anzugeben. Weise darauf hin, wenn Dir Quellen fragwürdig erscheinen. Verbirg Kommentare bei offensichtlich rechtsradikalen Quellen.
- Arbeite Dich nicht an einzelnen Kommentaren ab, insbesondere nicht bei Menschen, die Themen-Hopping betreiben. Bei wiederholenden Themen: Formuliere einen gut durchdachten Post/Artikel/FAQ mit der Positionierung Deiner NGO, und antworte nur noch mithilfe der Antwortvorlage und des Links zu dieser Positionierung.
- Nutze Fact-Checking-Seiten, um einzuordnen, woher eine Fehlinformation stammt und was Gegenargumente sein könnten.
- Nutze die Google Bilder Rückwärtsuche, um zu checken, woher Bilder eigentlich stammen und ob sie richtig verwendet wurden.
- Prebunking: Wenn Du mitbekommst, dass zu einem Thema Desinformation kursiert, greife ihr gegebenenfalls mithilfe von eigenem Content vorweg. Erstelle eine Positionierung, noch bevor solche Informationen auf Deinem Kanal auftauchen. So immunisierst Du Deine Online Community gegen Desinformationskampagnen.
- Bei Themen-Spam: Verbirg einen Großteil der Kommentare. Picke Dir nur einzelne davon heraus, um stellvertretend auf diese zu antworten. So kannst Du stillen Mitlesenden in der Community Gegenargumente gut sortiert zugänglich machen und der False Balance begegnen, die durch organisierten Desinformations-Spam entsteht.
- Benutze die Technik des „Truth Sandwich“, um Deine Fakten zu präsentieren.



### Truth Sandwich

Das Truth Sandwich ist eine Art, auf Falschinformationen zu reagieren. Dabei schreibst Du die richtige Information an den Anfang, sowie ans Ende der eigenen Aussage, und rahmst die Falschinformation in der Mitte ein.

So kann das Gehirn die richtige Information besser aufnehmen und die Fehlinformation verfestigt sich nicht so stark.

So erstellst Du ein Truth Sandwich:

- Richtige Information and den Anfang.
- Falschinformation folgt! → Falschinformation erklären.
- Erneuter Verweis auf gesicherte Information

Quelle: [modsupport - Amadeu Antonio Stiftung](#)

### Google Bilder Rückwärtssuche

Mit der Google Bilder Rückwärtssuche kannst Du herausfinden, ob Bilder in einen falschen Kontext gerückt werden, und woher sie eigentlich stammen.

[https://praxistipps.chip.de/bilder-per-rueckwaertssuche-finden-so-gehts-mit-google-bilder\\_2276](https://praxistipps.chip.de/bilder-per-rueckwaertssuche-finden-so-gehts-mit-google-bilder_2276)

### Factchecking Seiten:

<https://www.tagesschau.de/faktenfinder>  
<https://correctiv.org/>  
<https://www.mimikama.at/>  
<https://www.volksverpetzer.de/>  
<https://hoaxmap.org/>

Ein Browser Add-On für Debunking hat NewsGuard entwickelt:

<https://www.newsguardtech.com/de/newsguard-herunterladen/>



#### Quellen und weiterlesen:

Lewandowski & Cook: Debunking Handbuch deutsch

<https://skepticalscience.com/docs/DebunkingHandbook2020-German.pdf>

Verification Handbook: Das Handbuch zur Überprüfung von Desinformation

<https://www.medienanstalt-nrw.de/publikationen/verification-handbook-das-handbuch-zur-ueberpruefung-von-desinformation-und-medienmanipulation.html>

Auch hier gibt es einen kleinen Grundkurs zu Desinformationsstrategien:

<https://www.klimafakten.de/meldung/p-l-u-r-v-dies-sind-die-haeufigsten-desinformations-tricks-von-wissenschafts-leugnern>

Lejla Turčilo und Mladen Obrenović: Fehlinformationen, Desinformationen, Malinformationen. Ursachen, Entwicklungen und ihr Einfluss auf die Demokratie. E-Paper Heinrich Böll Stiftung

<https://www.boell.de/de/2020/08/25/fehlinformationen-desinformationen-malinformationen>

#### Bücher zum Thema:

Katharina Nocun, Pia Lamberty: „*Fake Facts: Wie Verschwörungstheorien unser Denken bestimmen*“

Katharina Nocun, Pia Lamberty: „*True Facts: Was gegen Verschwörungserzählungen wirklich hilft*“

Mai Thi Nguyen-Kim: „Die kleinste gemeinsame Wirklichkeit. Wahr, falsch, plausibel - die größten Streitfragen wissenschaftlich geprüft“



## 6.8. Checkliste Counter Speech: Dos und Don'ts

### Gegenrede – Zielsetzung:

#### Was kann ich mit Gegenrede nicht erreichen?

- gefestigte Weltbilder erschüttern

#### Was kann ich mit Gegenrede erreichen?

- Haltung zeigen
- Grenzen setzen und Regeln einfordern
- Betroffenen gegenüber Solidarität ausdrücken
- Betroffenen signalisieren, wer auf ihrer Seite steht (und evtl ansprechbar ist)
- Denkanstöße geben
- aufklären
- Mitlesende ansprechen
- False Balance in der Kommentarspalte entgegenwirken





## Gegenrede – Dos und Don'ts

### Don'ts

- Nicht dem ersten Impuls folgen.
- Nicht aggressiv, beleidigend, herablassend äußern. Sonst kann es Solidarisierungseffekte mit Hater\*innen geben
- Narrative und Framings nicht wiederholen! Eigenes Framing setzen. Denn ein Framing, das wir verneinen wollen, bleibt trotzdem hängen.

### Dos

- Innehalten. Durchatmen.
- Überlegen, ob gegenreden überhaupt sinnvoll ist: Was ist mein Ziel?
- Sachlich und ruhig äußern.
- Kurzfassen: wenige Sätze, ggf Abkürzungen nutzen.
- Bejahen, statt verneinen. "Wir wollen hier sachlich miteinander sprechen", statt: "Hör auf rumzupöbeln."
- Gemeinsamkeiten betonen
- „Sandwich“-Technik: freundlich –kritisch –freundlich
- Mit dem „Truth Sandwich“ Fehlinformationen einrahmen. richtige Aussage – Falschaussage –richtige Aussage
- Call-In: Durch private Nachrichten ohne Publikum reduzierst Du die Abwehr bei einem aufgeschlossenen Gegenüber, das bereit ist, zuzuhören und zu lernen.
- Fragen: Wer fragt, führt. Geschicktes Fragen lenkt das Gespräch in die gewünschte Richtung, und lenkt von unerwünschten Themen weg.
- Klare Grenzen setzen: „Menschenrechte sind nicht verhandelbar. Das diskutiere ich nicht. Schönen Tag noch.“
- Keine Zeit klauen lassen. Bei Themenhopping und Whataboutismus: Beende das Gespräch.



## 6.9. Antwortvorlagen erstellen

### Strategie:

#### Counter Speech -Antwortvorlagen

#### Kontext:

- ➔ Wiederkehrende Argumente und Narrative, die nicht gegen die Netiquette verstoßen, die Dich aber stören, und immer wieder auf Deinen Kanälen auftauchen (zum Beispiel, weil sie zum Thema Eurer Arbeit passen).
- ➔ Du willst Bildungsarbeit zum Thema leisten, aber jedes Mal auf den Kommentar neu zu antworten ist mühselig.

#### Vorteile:

- ➔ Du hast fertige Vorlagen, die Du (eventuell leicht individuell angepasst) immer wieder verwenden kannst.
- ➔ Auch Praktikant\*innen, Hilfskräfte, Vertretungen, neue Mitarbeitende können Dich leichter unterstützen.

#### Herausforderungen:

- ➔ Die Kommentarvorlagen erstmals zu erstellen, ist mühsam.
- ➔ Es gibt viele Themen in den Kommentarspalten. Und nicht mit allen kennen sich Du und Deine Kolleg\*innen gleichermaßen aus.
- ➔ Es ist zu aufwendig, jedes Mal einen Kommentar anzupassen.

**Lösungsansätze:**

- ➔ Erstmal anfangen und nicht erwarten, dass man sofort zu jedem Thema etwas Brauchbares hat.
- ➔ Mit den eigenen Schwerpunkt-Themen anfangen.
- ➔ Eingangsfragen formulieren und nur Antworten zum jeweiligen Thema zulassen
- ➔ Antwortvorlagen kurz halten und auf Kern-Aussage reduzieren. Das erleichtert individualisiertes Anpassen.
- ➔ Zum Verfassen, Expert\*innen hinzuziehen.
- ➔ Content Creator\*innen bitten, zusammen mit ihrem inhaltlichen Beitrag ein paar Antwortvorlagen auf typische Kommentare abzugeben, die unter dem Artikel erscheinen könnten. Diese Vorlagen in den Antwortvorlagen abspeichern.
- ➔ Sich mit anderen Organisationen zusammentun, die zu anderen Themenschwerpunkten arbeiten, und Antwortvorlagen miteinander teilen. Zum eigenen Themengebiet Antwortvorlagen verfassen, die man mit Netzwerk-Partner\*innen tauschen kann, die sich mit anderen Themen auskennen.
- ➔ Antwortvorlagen können auch Links zu Artikeln und FAQs enthalten. Oder zu guten Beiträgen anderer Creator\*innen verweisen, die zum Thema bereits etwas verfasst haben. So erfordern sie weniger individuelle Anpassung.



### Argumente finden:

Argumente zur Inspiration und zum Erstellen von Antwortvorlagen für wiederkehrende Themen gibt es zum Beispiel bei folgenden Argumente-Sammlungen:

- Vorurteile <https://konterbunt.de/info-zu-vorurteilen/>
- Rassismus <https://www.aktiv-gegen-diskriminierung.info/argumente/rassismus>
- Nationalismus <https://www.aktiv-gegen-diskriminierung.info/argumente/nationalismus#subnav>
- Sexismus, Antifeminismus, Gender <https://gegen-antifeminismus.de/>

<https://www.aktiv-gegen-diskriminierung.info/argumente/sexismus#subnav>

<https://genderdings.de/argumente/>

- Antisemitismus <https://nichts-gegen-juden.de/>

<https://www.aktiv-gegen-diskriminierung.info/argumente/antisemitismus#subnav>

- LGBTIQ+ <https://respektcheck.de/>

<https://www.aktiv-gegen-diskriminierung.info/argumente/hass-gegen-lgbtika#subnav>

- Ableismus <https://www.aktiv-gegen-diskriminierung.info/argumente/ableismus#subnav>

- Fertige Gegenrede-Memes stellt das No Hate Speech Movement hier bereit

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

- Zur Diskussion mit Verschwörungsgläubigen: <https://callspiracy.de/>

Die Videoserie Callspiracy von veritas und der Bundeszentrale für politische Bildung (deren Arbeitsschwerpunkt ist auf Verschwörungsgläubigen im eigenen Umfeld, aber dennoch kann das Verständnis auch für's Community Management lehrreich sein):



## Antwortvorlagen - Format

Deine Counter-Speech-Antwortlagen solltest Du in einem Format erstellen, dass es zu Deinen Aktionsvorlagen aus dem Moderationsguide passt.

Dafür kannst Du Deine Moderationstabelle als Vorlage benutzen und in eine Counter-Speech-Tabelle abwandeln.

Folgendes Format bietet sich an:

- *Thema*
- *Beispiel-Kommentar*
- *Aktionen*
- *Antwortvorlage*
- *Ressourcen und Links*

**Siehe auch**

→ **Kapitel 4.2.** Moderationsleitfäden erstellen, Seite 107

Tabellen erstellen ab Seite 116

### Beispiel:

Thema: Verschwörungen / Impfen

Beispiel-Kommentar: „Mit Impfungen will die Pharmaindustrie uns Alle krank machen“

Aktionen: Checken, ob Kommentar zum Thema des Postings / der Eingangsfrage passt. Wenn nein: Verweis auf Netiquette und Themenwünsche-Sammlung. Wenn ja: Antwortvorlage zum Thema Impfen posten, Link zum Artikel mit unserer Positionierung zum Thema Impfen, Nutzer\*in beobachten bzgl. wiederholtem Spam.

Antwortvorlage: „Hallo liebe\*r (...), wir verstehen, dass du dir Sorgen um deine und unser Aller Gesundheit machst. Es gibt tatsächlich viele Missstände im Gesundheitssystem. Und wir finden wichtig, dass die Gesundheitsversorgung von Menschen ernst genommen und verbessert wird. Was das Impfen angeht, teilen wir deine Sorge nicht. Wir finden Impfen grundlegend richtig und wichtig. Unsere Sicht darauf haben wir in diesem Artikel erläutert (Link zum Artikel).“

Ressourcen und Links: (Link zum Artikel)



## 6.10. Counter Speech effektiv organisieren

### Strategie:

#### Counter Speech organisieren

#### Kontext:

- Einzelne Gegenrede Kommentare verfassen ist mühselig. Und der Nutzen ist begrenzt.
- Gegenrede effektiver zu organisieren hat das Ziel, die Reichweite von Gegen-Narrativen zu steigern und laut zu werden.

#### Vorteile:

- Keine Zeit damit vergeuden, immer wieder die richtigen Worte zu finden.
- Eine andere Perspektive laut und sichtbar abbilden.

#### Beispiele für Arten von organisierter Gegenrede

- organisierte Counter Speech in den Kommentarspalten
- Solidaritäts-Postings
- Hashtags und Kampagnen
- Digitales Ehrenamt nutzen
- ...



### Herausforderungen

- Wenn man sich mit Anderen gemeinsam organisiert, kann es zum Beispiel eine Herausforderung sein, Leute zu motivieren und zu koordinieren.
- Je nach eigener Positionierung ist darauf zu achten, selbst keine schädlichen Aussagen unbewusst zu reproduzieren.

### Lösungsansätze

- Alle Beteiligten sollten sich darauf verständigen, keine Konflikte in der Kommentarspalte unabgesprochen zu eskalieren und sich nicht provozieren zu lassen.
- Du solltest darauf achten, aufklärende Gegenrede nur zu Themen zu organisieren, von denen Du selbst bzw. alle daran Beteiligten auch wirklich Ahnung haben.
- Kooperationen mit anderen Organisationen können eine Möglichkeit sein, verschiedene Perspektiven auf eine Idee einzuholen.
- Solidaritätsbekundungen mit Betroffenen aussprechen, ohne sich auf tiefere inhaltliche Debatten einzulassen, wenn man sich mit einem Thema nicht gut auskennt.
- Die Stimmen betroffener Menschen verstärken, indem Du ihnen die eigene Reichweite für ihre Beiträge anbietest, ihre eigenen Beiträge auf Deinen Kanälen teilst und ihnen den Rücken freihält.



### Organisierte Counter Speech

Unter Gegenrede verstehen wir im Deutschen meist die direkte Antwort einer einzelnen Person auf die Aussage einer anderen Person in den Kommentarspalten. Im Englischen ist dieser Begriff aber anders kontextualisiert und wird viel weiter gefasst. Der Begriff ist, genau wie der Begriff „Hate Speech“, älter als soziale Medien und Kommentarspalten.

In der Debatte um Hate Speech versus Counter Speech geht es im englischsprachigen Diskurs um eine größere Frage: Counter Speech wird traditionell assoziiert mit der Suche nach der Wahrheit in einer Gesellschaft, die sich durch das Lautwerden besserer Argumente gegen schädliche Rede durchsetzen können soll.

Counter Speech muss keine direkte Reaktion auf eine Aussage in einem einzelnen Kommentar oder Posting sein. Sondern die Idee von Counter Speech bezieht sich auf die Frage, welche Aussagen und Argumente sich im „Marketplace of Ideas“ Gehör verschaffen und letztlich durchsetzen können.

Counter Speech meint also weniger die Reaktion auf einzelne Kommentare als vielmehr die Erreichung einer großen Menge von Menschen mit einem Gegenargument, um im „Marketplace of Ideas“ überzeugend zu sein. Das wiederum kann auf unterschiedliche Arten und Weisen geschehen.

Im deutschsprachigen Raum wurde bereits viel Bildungs- und Aufklärungsarbeit geleistet in Bezug auf die Frage, wie man auf einzelne Kommentare reagieren kann. Was uns dabei aber oft zu kurz kommt, sind andere Strategien: Zum Beispiel die Erstellung von eigenem Content und Kampagnen als eine wichtige Form der Gegenrede (wenn man diesen Begriff in dem weiteren Sinne versteht, auf den er sich ja eigentlich ursprünglich bezieht). Durch gezielte und strategische Counter Speech kann man den wiederkehrenden, bekannten Narrativen und Framings etwas entgegensetzen, ohne dabei den einzelnen Postings und Kommentaren durch die Interaktion mit ihnen Reichweite und Bedeutung zu verschaffen.

#### **Siehe auch**

→ **Kapitel 4.2.** Counter Speech: Basis-Wissen und Hintergründe, Seite 172

Bedeutung im US-amerikanischen Kontext ab Seite 180





Gewaltvolle, hetzerische und desinformierende Kommentare sind mühelos zu verfassen. Counter Speech und Fact Checking dagegen sind mühselig und zeitaufwendig. Es ist deshalb sinnvoll, darüber nachzudenken, wie man Gegenrede möglichst effektiv einsetzt, ohne sich dabei auszubrennen. Auf einzelne Kommentare zu antworten ist dabei nicht immer sinnvoll.

Generell ist aus unserer Sicht eher zu empfehlen, weniger reaktiv vorzugehen. Sondern eher proaktiv die Debatte in die eigene Hand zu nehmen. Das bedeutet, sich mit wiederkehrenden Narrativen und Argumenten auf dem eigenen Kanal eingehender zu befassen. Und sich für diese lieber einmal ein gutes Gegennarrativ oder Re-Framing zu überlegen, als hunderte Male erneut aus dem Affekt heraus zu reagieren und zu argumentieren.

Eigene Erzählungen kann man dann auch gezielt mithilfe von eigenen Stellungnahmen, Postings und Kampagnen kommunizieren. Anstatt in jedem Einzelfall erneut mühselig einzelne Kommentare zu beantworten. Hierzu können beispielsweise auch Interviews mit Expert\*innen zu dem Thema oder mit Betroffenen geführt werden.

Eigene Artikel, Postings und Stellungnahmen können in Kommentarvorlagen-Tabellen eingefügt und somit auch als Reaktion auf einzelne Kommentare immer wieder verlinkt werden.



Hier ein Überblick über verschiedene Möglichkeiten, Gegenrede effektiv zu organisieren:

### Stellungnahmen und Antwortvorlagen verfassen

- Gehe wiederkehrende Themen proaktiv an: Verfasse eigene Postings, Artikel und Stellungnahmen zum Thema, auf die Du immer wieder verlinken kannst. Das kostet einmal mehr Zeit, macht aber langfristig weniger Arbeit.
- Du kannst Antwortvorlagen auf wiederkehrende Argumente und Narrative vorformulieren, auch mithilfe von externen Referent\*innen und Expert\*innen.
- Interview-Partner\*innen kannst Du vorab befragen, welche Gegenargumente es zu ihrem Content geben könnte und was das Community Management darauf sinnvoll antworten kann.

### Ressourcen sammeln

- Sammle Links anderer Creator\*innen, die ein Thema bereits gut erklärt haben und lasse Dich davon inspirieren.
- Achte dabei darauf, den Creator\*innen Credits für ihre Arbeit zu geben.
- Verlinke von Deinen Antworten und Stellungnahmen aus dorthin, statt selbst mühsam alles immer wieder selbst zu erklären.
- Wenn die Vorgabe Deines Kanals ist, dass Du keine externen Links selbst reposten darfst, kannst Du sie als Quellen verlinken.
- Außerdem können Ressourcen nützlich sein, um in Vorfällen in der eigenen Community Material zur Hand zu haben, z.B. für Call-Ins.
- Tausche Dich mit anderen Community Manager\*innen aus. Lege gemeinsam mit Kolleg\*innen Dokumente an, um solche Links gemeinsam zu sammeln.

**Siehe auch:** [Workbook Teil 2 \(Bausteine\)](#)  
→ 5.5. Krisen bei Social Media vorbereiten

**Siehe auch:** [Workbook Teil 2 \(Bausteine\)](#)  
→ 2. Wissensmanagement

**Siehe auch:** [Workbook Teil 2 \(Bausteine\)](#)  
→ 6. Netzwerke gegen digitalisierte Gewalt



### Solidaritäts - Postings:

- Erstelle Solidaritäts-Postings, die selbst Reichweite erzeugen, Likes und Shares sammeln. Anstatt Reichweite auf einen hetzerischen Kommentar oder Post zu lenken

### Eigene Kanäle für Gegen-Narrative aufbauen

Starte eigene Projekte und Kanäle, die ein Gegen-Narrativ bzw. Re-Framing groß machen.

Das kann ein Social-Media-Kanal sein, eine Website, ein Podcast, ein analoges Format bei Dir vor Ort, oder was Dir sonst so einfällt.

#### **Siehe auch:**

[Workbook Teil 4 \(Content Creation\)](#)  
→ 3.7. Bloggen für eine konstruktivere Debatte

#### **Siehe auch:**

[Workbook Teil 4 \(Content Creation\)](#)  
→ 3.6. Narrative auflösen: muslimische Spuren in deutscher Heimat

### Hashtags und Kampagnen

- Erfinde eigene Hashtags und Solidaritätskampagnen. Dies ist mit weniger Aufwand möglich als man denkt. Denn im deutschsprachigen Raum ist es mit relativ wenigen Postings möglich, die Trending Hashtags zu erobern und so auch Presse-Öffentlichkeit zu erzeugen.
- Alles, was es dazu braucht, ist ein guter Hashtag mit einer klaren Zielsetzung, einen festgelegten Zeitpunkt und viele mitmachende Menschen. Starte eine Hashtag-Aktion gemeinsam mit Mitgliedern, Follower\*innen, digitalen Ehrenamtlichen oder Kooperationspartner\*innen.
- Wähle einen Zeitpunkt für die Aktion, der für Deine Mitstreiter\*innen gut machbar ist. Verbreite die Information über die Aktion dort, wo Du am meisten Rücklauf erwartest. Das muss nicht auf dem Social-Media-Kanal sein. Es können auch interne Mailinglisten, WhatsApp-Gruppen, oder andere interne Verteiler sein.
- Ihr könnt auch zusammen Trending Hashtags kapern, um gemeinsam Gegen-Narrative dort zu verbreiten.

**Siehe auch [Workbook Teil 2 \(Bausteine\)](#)**  
→ 6. Netzwerke gegen digitalisierte Gewalt

## Algorithmus mitdenken

Du möchtest mit mehreren Menschen zusammen Gegenrede in den Kommentarspalten koordiniert schreiben und stärken? Dann gibt es einige Dinge, auf die Du achten kannst, damit der Algorithmus Dir keinen Strich durch die Rechnung macht

- Gegenrede unter einem demokratiefeindlichen oder diskriminierenden Post erhöht die Reichweite auf das Posting. Wenn Du mit diesem Post interagierst, wird Deinen Friends und Follower\*innen das Posting möglicherweise in ihrem Feed angezeigt. Hast Du unter Deinen Kontakten nur stabile Menschen, kann das diese motivieren, dort ebenfalls gegenzureden.

Hast Du dagegen in Deinen Kontakten viele Menschen, die politisch nicht gefestigt sind (beispielsweise alte Kontakte aus Schulzeiten), dann führt Deine Gegenrede dazu, dass Deine Kontakte durch Deine Reaktion mit radikalisierten Inhalten in Berührung kommen, gegen die sie sich vielleicht schlecht abgrenzen und durch die sie beeinflusst werden können. Überlege Dir daher mit Deinen Mitstreiter\*innen, ob es bei der Zusammensetzung Eurer persönlichen Online Communities sinnvoll ist, von diesem jeweiligen Account aus Gegenrede zu starten. Legt eventuell einen eigenen Account dafür an, mit dem Ihr Euch gezielt nur mit anderen Menschen connectet, die selbst aktiv Gegenrede betreiben.
- Wenn Du gewaltvolle oder radikale Kommentare unter einem unterstützenswerten Posting direkt beantwortest (also auf Antworten klickst und die Person erwähnst, die den problematischen Kommentar geschrieben hat), erhöht Deine Gegenrede die Interaktion mit dem problematischen Kommentar.

Dadurch wird der problematische Kommentar nach oben in die relevanten Kommentare gespült. Einige Plattformen zeigen standardmäßig als Erstes nur noch Kommentare mit Engagement an. Das heißt, die relevanten Kommentare sind zum Teil die einzigen, die andere User\*innen zunächst angezeigt bekommen.

Um positive Kommentare statt Hetze in die relevanten, sichtbaren Kommentare zu spülen, kann eine alternative Herangehensweise sein: Schreibe positive Kommentare. Aber nicht als direkte Antwort auf den Hetzkommentar, sondern als Antwort auf das Posting selbst. Like und kommentiere andere positive Kommentare unter dem Post, damit diese nach oben in die relevanten Kommentare gespült werden. Like entweder möglichst viele davon. Oder reagiere gezielt auf diejenigen, die bereits viele Reactions haben und damit eine gute Chance, ganz nach oben zu rutschen.



### **Prebunking: notwendige Gegenrede antizipieren**

Oftmals sind politische Events, die für Hetze missbraucht werden, im Vorhinein lange absehbar. Wenn z.B. ein neues Gesetz diskutiert wird, das irgendwann in Kraft treten wird.

Hier lohnt es sich, die Situation zu antizipieren und sich argumentativ gut vorzubereiten. Wie wäre es, wenn eine Gegenrede-Kampagne mit Hashtag und Kernaussagen zum Zeitpunkt der Verabschiedung des Gesetzes bereits vorbereitet in der Schublade liegt?

**Siehe auch [Workbook Teil 2 \(Bausteine\)](#)  
→ 6. Netzwerke gegen digitalisierte Gewalt**

### **Digitale Ehrenamtliche und Community einbinden**

Digitale Ehrenamtliche und engagierte Community Mitglieder können alle diese Gegenrede-Strategien unterstützen:

Sie können eigene, diverse Perspektiven einbringen. Sie können Inhalte überprüfen. Sie können Ressourcen recherchieren. Sie können mithilfe ihrer Likes die Reichweite von Gegenrede-Kommentaren und Stellungnahmen erhöhen. Sie können mithilfe von Antwortvorlagen bei der Verbreitung von Gegen-Narrativen unterstützen. Sie können Hashtag-Kampagnen unterstützen. Und vieles mehr ...

**Siehe auch**  
→ **Kapitel 7: Zivilcourage Strategien für die Community, Seite 244**

**Siehe auch: [Workbook Teil 2 \(Bausteine\)](#):  
→ Kapitel 3: Digitales Ehrenamt**



## „Gegenrede heißt: Irgendwie laut werden mit den eigenen Positionen.“



@Jazmin (sie/ihr)

...

Ich denke, den Mut zu haben dagegenzureden, nicht nur zu schlucken, da muss man auch reinwachsen. Ich traue mich jetzt auch eher, mal Gegenrede zu verfassen. Das habe ich vorher nicht gemacht. Ich hab echt die Berührungsangst damit ein bisschen verloren. Das ist irgendwie einfacher, wenn man so ein bisschen in mögliche Strategien eingeführt wird. Und vielleicht nicht so viele Fehler machen muss, die man sonst gemacht hätte. Ich glaube, das haben auch viele bei uns aus der Moderation mitgenommen, dass man auch einfach mal wirklich etwas verbergen kann. Und nicht auf alles reagieren muss. Aber das ist halt jetzt eine bewusste Entscheidung. Für mich ist es so, dass ich tatsächlich schon vorher sehr viel Respekt davor hatte. Und das habe ich auch immer noch. Ich finde schon, man sollte Respekt haben. Aber dafür hat man ja Strategien, um zu schauen: Wann macht das Sinn? Was will ich gerade damit erreichen und wie geht das? Letztens hatte ich einen guten Moment: Da war das wichtig und richtig, sich zu positionieren und auch solidarisieren mit Betroffenen. Ich bin irgendwie trotz aller kritischen Punkte auch noch ein Fan von Gegenrede. Ich glaube, das ist auch, was wir gelernt haben: Einerseits klar, man muss schauen, wann es Sinn macht. Aber dass es eben auch total wichtig ist, das zu machen.



**@Azra** (sie/ihr)

...

Bei so einer Diskussion antworten wir gar nicht mehr einzeln. Wir pinnen exemplarisch oben einen Kommentar an, wo wir unsere Position dazu klarstellen. Wir machen ein klares Statement. Also, wir gehen quasi nicht auf die problematischen Fragen explizit ein, sondern wir machen einfach einen Standpunkt klar. Wir wollen das nicht komplett unsichtbar machen, dass solche Kommentare kommen. Counterspeech ist ja auch wichtig gegen die False Balance. Das heißt, wir picken uns jetzt einen Kommi raus, der grenzwertig ist, aber noch im Rahmen der Netiquette. Und da machen wir richtig coole Gegenrede und an dem Beispiel unsere Position klar. Aber der Rest der Kommentare wird wortlos rausgekickt. Ich glaube, das ist manchmal so, dass man Gefühl hat, denen irgendetwas schuldig zu sein. Und die fordern das ja teilweise auch ein, dass man sich an ihnen abarbeitet. Aber das ist mein Bereich und ich entscheide, was hier läuft. Wenn wir da keinen Bock drauf haben, dann haben wir keinen Bock drauf. Die können ihre Meinung ja haben, aber nicht unseren Kanal oder unsere Zeit. Man schuldet denen nicht, darauf zu antworten. Wir geben den „stillen Mitlesenden“, wenn es die denn wirklich gibt, eine Chance, sich zu beschäftigen und was zu lernen, so gut es geht. Aber das heißt nicht, dass man diesen ganzen Haufen da stehen lassen und sich damit befassen muss.

**@Janne** (sie/ihr)

...

Wir gehen das viel proaktiver an. Zum Beispiel haben wir unsere Autorin gebeten: hier, mach mal bitte gleich 5 gute Antworten für dieses und jenes mit. Da haben wir uns davon bedient und nutzen wir auch gleich für die nächsten Male wieder, wenn das Thema wieder aufkommt. Diese Sachen, die kommen ja immer wieder. Und darauf kann man sich vorbereiten. Dass man zum Beispiel ein Best Of sammelt. Mal die Kanäle durchforstet und die besten Gegenrede - Kommentare raussucht, die gut funktioniert haben, und die dokumentiert und als Antwortvorlagen aufhebt.



**@Elena** (sie/ihr)

...

Also klar, man weiß schon irgendwie „Dont feed the troll“. Und dass man oft Energie verschwendet und sich an diesem Whataboutismus abarbeitet. Und dass man sich nicht in Scheindiskussionen verwickeln lassen sollte, die am Ende auch bloß dazu dienen, den Diskurs zu verschieben, indem man da noch mehr Aufmerksamkeit draufgibt. Aber irgendwie war mir das nicht so klar, dass das ja wirklich auch strategisch ganz anders angehen kann. Also, dass das zentrale Dinge bei Gegenrede ja ist, sich zu überlegen: Wie kann ich eigene Frames und Narrative vorantreiben? Oder diese Dynamiken durch neue Narrative brechen? Wenn man sich diese Frage anders stellt, also nicht: Sollte ich da drauf antworten oder nicht? Sondern: Was ist die effektivste Art, mit diesem Narrativ umzugehen, das auf unseren Kanälen immer wieder auftaucht? Dann kommt man ja zu anderen Lösungen. Dass man vielleicht auch einfach die Debatte erstmal unterbindet. Den Post eher erstmal sperrt und die Bühne wegnimmt, auf der sie gerade trollen. Eventuell einen neuen Bildungs-Post oder eine Stellungnahme machen, wo man selbst das Framing gestalten kann. Und die Debatte dahin um umlenken. Und von Beginn an engmaschiger moderieren. Dass man den Fokus irgendwie darauf bekommt, Logikfehler in Frames und Narrativen aufzudecken und auf keinen Fall schädliche Narrative in irgendeiner Form zu übernehmen, zu reproduzieren oder die Reichweite da drauf zu erhöhen. Gegenrede heißt: Irgendwie laut werden mit den eigenen Positionen. So dass man wirklich gehört wird. Und nicht dass sich man einem einzelnen Hasskommentar abarbeitet.







@Alex (sie / ohne)

...

Also ich denke, bei Leuten, wo man vermutet, dass es an sich einen guten Willen und die Bereitschaft zu echter Auseinandersetzung gibt, da sollte man nichts unprobiert lassen. Die Art und Weise, auf welchem Weg man nochmal mit ihnen in Kontakt tritt, das ist wichtig. Stellt man die öffentlich in den Kommentarspalten bloß? Das muss man schon abwägen, wem das dann was bringt. Call-Out um des Call-Outs willen ist nicht cool. Wenn man den Weg über Direct Messages nimmt, um nochmal in einen Kontakt zu gehen, das macht so einen wahnsinnigen Unterschied. Weil halt Menschen sich nicht öffentlich bloßgestellt fühlen und so. Die Angst vor öffentlichem Gesichtsverlust ist ein Faktor, der einen großen Unterschied macht und Einfluss darauf hat, wie Leute sich verhalten. Es gibt einfach ganz viele verschiedene Wege gibt, mit Menschen in Kontakt zu treten. Je nachdem was gerade das Ziel ist. Für mich war diese Auseinandersetzung mit dieser Idee hilfreich: „Call out the behaviour, not the person“. In fünf Minuten persönlichem Gespräch sind Dinge manchmal schneller geklärt, als in 20 Nachrichten, zum Beispiel mit ner Sprachnachricht als private Nachricht. Am Ende spart das auch meine Zeit und Nerven. Natürlich darf das nicht überborden. Ich kann nicht den ganzen Tag Konflikte regeln und Bildungsarbeit machen. Es kommt darauf an, wer die andere Person ist. Vielleicht ist es ein Mitglied, das schon lange dabei ist. An Call-In unter vier Augen gibt es noch die Kritik, dass man das Thema dann unsichtbar macht und Andere dann nichts daraus lernen können. Aber man kann das Thema ja auch nochmal aufgreifen und zum Beispiel in einem neuen Post erklären. Ich denke, es geht darum, dass man sich die Ziele klar macht: Wir wollen als Community lernen und weiter kommen – und nicht Einzelne dem auszusetzen, dass sie Online so im Fokus stehen, weil sie etwas nicht wussten. Und das bringt Betroffenen auch oft nichts. Die wollen vielleicht auch eher ihre Ruhe haben, als da immer wieder in Kommentaren markiert und in hitzige Debatten verwickelt zu werden. Das kann man mit denen ja auch klären, wie viel Kapazitäten sie eigentlich selbst gerade für eine Auseinandersetzung haben. Die Kommentarspalte macht halt echt ein Fass auf und stachelt die Community auf. Und dabei können weitere Personen verletzt werden.





@Malik (er/ihm)

...

Ich denke, man sollte sich der eigenen Rede-Position bewusst sein und sich die Frage stellen, ob die persönliche Meinung zu einem Thema an dieser oder jener Stelle notwendig ist, oder welche Perspektive fehlt. So eine Haltung von „read the room“ einzunehmen: Wer ist eigentlich noch da, dessen Perspektive vielleicht wichtiger wäre als meine eigene? Unnötige Beiträge können Aufmerksamkeit auf mich lenken und im Zweifel zu übertriebener Empörung und Ablenkung vom eigentlichen Thema weg. Es muss nicht immer darum gehen, die eigene Perspektive auf etwas abzubilden. Man kann auch Stimmen von anderen Perspektiven aufzeigen und verstärken. Dafür auch die eigene Reichweite nutzen, um zum Beispiel auf Post von User\*innen zu verweisen, die eine Sache bereits gut erklärt haben. Praktische Erklär-Posts kann man sammeln. Das hat auch etwas mit der Haltung der Organisation zu den sozialen Medien zu tun: Haben die dieses Spiel eigentlich verstanden? Dass es da um ständiges Interagieren mit Anderen geht? Und dass einem selber genau das auch nützt, auch mal andere Accounts zu erwähnen? Wenn die Organisation das natürlich nicht erlaubt, dass man auf Andere Bezug nimmt, ist das schwierig umzusetzen.





@Franziska (sie/ihr)

...

Wir haben bei dem Thema einen besseren theoretischen Hintergrund bekommen. Im Community Management praktiziert man das intuitiv oft so, dass man, wenn man mit irgendeiner Meinung oder Einstellung nicht einverstanden ist, erstmal irgendwie Gegenargumente bringt. Und das ist dann aus der Haltung unserer Organisation heraus auch kein professionelles Agieren. Denn um unsere persönliche Meinung geht es nicht. Es ist wichtig, sich klarer zu machen, dass es da halt auch ganz andere Wege gibt aus der Rolle einer professionellen Moderation heraus. Manchmal ist es wichtig, dass man Dampf ablässt. Dann sollte man das lieber erstmal im Team besprechen und nicht aus dieser Wut heraus handeln. Wir bestärken eher die Stimmen, die auf unserer Seite stehen. Vor allem immer bedanken und liken. Und zu lernen, gute Fragen zu stellen, die auch Andere zu Gegenrede animieren. Man kann schon fragen, was die Community denkt: Was ist an der Aussage falsch? Und wenn man ein paar Leute kennt, weiß man ja auch vielleicht, wen man ansprechen kann, wer sowas widerlegen kann. Aber dass man selbst in einer moderierenden Rolle bleibt und halt eigentlich wenig in die Diskussion eingreift. Klar, man muss schon Hate Speech oder rassistische Kommentare entfernen und die Haltung der Organisation klar machen. Aber unsere Mission auf dem Kanal ist nicht, einzelne Leute da zu überzeugen oder so. Oder zu allen gesellschaftlichen Themen, die es gibt, ultra viel Expertise mitzubringen. Wir haben ja unsere Themen, um die unsere Bildungsarbeit sich dreht und da haben wir Expertise. Unsere Aufgabe ist, den Kanal so sicher wie möglich zu machen für Betroffene und ansonsten vor allem gute Stimmung zu verbreiten.



# 7.

# Zivilcourage- Strategien für die Community



## **„Man kann nicht wahllos irgendwelche Leute einbinden.“**



@Junis (dem/dem / ohne)

...

Man kann nicht erst im Notfall anfangen, Leute zu aktivieren. So eine unterstützende Community aufzubauen, das ist viel Arbeit. Man muss echt reininvestieren. Und dafür muss es eine Person geben, die das macht. Und die auch an die Hand nehmen, was sie am besten machen und wie sie am besten unterstützen können. Man muss echt aufpassen, wenn man Follower\*innen aktiviert. Da wird schnell über das Ziel hinausgeschossen und Eigeninitiative kann auch aus dem Ruder laufen. Man sollte sich auf jeden Fall der Risiken bewusst sein. Schwierig kann es zum Beispiel werden, wenn einzelne Nutzer\*innen denken, sie müssen Dinge in die Hand nehmen und quasi Admin-Aufgaben übernehmen. Es kann auch passieren, dass die Community selbst angreifend reagiert. Und das auch in Fällen, wo zum Beispiel berechtigte Kritik geäußert wird. Ich denke es ist wichtig, die Mitglieder zu informieren über Handlungsmöglichkeiten. Ihnen Strategien an die Hand zu geben im Umgang mit Hass im Netz. Da wäre die Frage, wie man das gut machen kann auf unserem Kanal.





@Florian (er/ihm)

...

Wir brauchen da auch erstmal mehr Wissen darüber, wer unsere Top Supporter\*innen sind. Und mehr Austausch und nachhaltige Bindung. Ich denke an einen Pool an ausgewählten Follower\*innen, von denen man weiß, dass die sich für uns einsetzen und uns unterstützen, gemeinsam gegen Hate Speech zu arbeiten. Das sollte keine Gegenrede-Armee werden. Das müssten Menschen sein, die uns in der Moderation unterstützen und nicht unkontrolliert Sachen aufstacheln, die man vielleicht eh lieber schnellstmöglich verbergen und melden sollte.



@Luisa (sie/ihr)

...

Wir wünschen uns, ein bereitstehendes Helfsteam, das man aktivieren kann. Eine unterstützende Community, die auch unabhängig von der Moderation des Community Managements Diskurse in die richtige Richtung lenken kann. Dass man da gemeinsam eine Verbesserung der Diskussionskultur erreichen kann und mit der Community zusammen Räume frei von verbaler Gewalt schaffen kann. Das Problem, das ich sehe, ist: Meine Community benutzt ja selbst diskriminierende Sprache. Wir wissen, dass es innerhalb der Organisation viele gibt, die politisch eher rechts und nicht gut gegen extremistische Inhalte abgegrenzt sind. Und wer die Follower\*innen sind, und ob die uns wohlgesonnen sind, das wissen wir teilweise ja gar nicht so genau. Das muss man schon mitdenken, wenn man eine starke und hilfreiche Community aufbauen will. Man kann nicht wahllos irgendwelche Leute einbinden. Das müssen schon Menschen sein, die zu den Werten der Organisation wirklich stehen und zu extremistischen Inhalten klare Position beziehen.





## 7.2. Zivilcourage Strategien für Deine Community

### Strategie:

#### Zivilcourage durch die Community

##### Kontext:

- Es gibt eine aktive Community von wohlwollenden Unterstützer\*innen auf Deinem Kanal, denen der Kanal am Herzen liegt Und Du möchtest diese in Deine Arbeit stärker einbeziehen.

##### Vorteile:

- Die Community kann Arbeit abnehmen und entlasten.

##### Herausforderungen:

- Die Community kann sich eskalativ verhalten und die Situation durch ihr Verhalten erst recht zuspitzen. Dann ist es viel Arbeit, sie wieder „einzufangen“.
- Die Community kann selbst dabei diskriminierende Inhalte reproduzieren und Betroffene im Fall von berechtigter Kritik an der Organisation mundtot machen oder verletzen.

##### Lösungsansätze:

- Klare Regeln für die Unterstützung der Moderation etablieren und kommunizieren.
- Einzelne engagierte Community Mitglieder kennenlernen, z.B. in Community Events, und im Grundverständnis des Kanals „ausbilden“ (z.B. mit einem Workshop zur Frage: wie kann ich die Umsetzung der Netiquette unterstützen?).
- Personen im Zweifelsfall lieber per PN kontaktieren, als in der Kommentarspalte, um Rücksprachen zu treffen oder ein Missverständnis aufzuklären.

#### **Siehe auch:**

**Workbook Teil 3** (Community Management)  
→ **Kapitel 2.2.:** Wer ist meine Online Community?



Die Bewegung der digitalen Zivilcourage hatte ihren Ursprung in der Idee, Aktionsgruppen zu bilden und möglichst viele Menschen dazu zu bewegen, sich online gegen Gewalt und Hetze zu engagieren. Dazu wurden Engagierte vor allem motiviert, Gegenrede in den Kommentarspalten zu leisten. Auch in diesem Workbook geht es im weiteren Sinne um digitale Zivilcourage. Nicht ganz ohne Grund steht jedoch der Abschnitt zum Involvieren von Online Communities ganz am Schluss der Publikation. Denn die Strategie (organisierter) Gegenrede wurde in den letzten Jahren so viel beleuchtet und empfohlen, dass sie als erster Impuls bei vielen Menschen schon gesetzt ist. Das jedoch bedeutet nicht, dass sie immer die bestmögliche Taktik für jede Situation ist.

Innerhalb von Online Communities geht Gegenrede durch User\*innen mit denselben Herausforderungen einher, die im vorigen Abschnitt beschrieben wurden. Schlecht gemachte Gegenrede kann Öl ins Feuer gießen und Konflikte erst recht verschärfen. Deshalb finden wir wichtig zu betonen, dass wir nicht in erster Linie Gegenrede-Aktivismus in den Kommentarspalten meinen, wenn wir von Strategien der digitalen Zivilcourage in Online Communities sprechen.

Follower\*innen in einer Online Community haben nicht die Rechte, die Moderator\*innen haben. Sie können nichts verbergen und keine anderen Nutzer\*innen blockieren. Dementsprechend ist das Einzige, was sie innerhalb Deiner Online Community zur Unterstützung der Moderation tun können, sich zu Wort zu melden. Wie sie das im Detail tun, kann aber von entscheidender Bedeutung sein. In diesem Abschnitt geht es deshalb um Ideen, wie Du die Online Community in die Moderation Deines Kanals produktiv involvieren kannst.

**Vielleicht gewinnst Du in Deiner Online-Community sogar langfristige Unterstützer\*innen für ein digitales Ehrenamt?**

**Siehe auch: [Workbook Teil 2 \(Bausteine\)](#):  
→ [Kapitel 3: Digitales Ehrenamt](#)**





## Prävention von Gewalt, Diskriminierung und Hetze:

### gemeinsam mit der Online Community

Kommuniziere engagierten Community-Mitgliedern, was sie tun können, um Dich zu unterstützen. Dafür kannst Du die Informationen beispielsweise als Handout zusammenfassen und an engagierte Personen schicken. Oder sie zu Workshops oder Gesprächsrunden einladen. Du kannst Informationen aus diesem Workbook mit der Community teilen: z.B. die Listen mit Meldestellen oder Beratungsstellen. Vielleicht fällt Dir ja auch ein Format ein, um Menschen zu informieren, das gut zu Deinem Kanal passt.

Im Folgenden findest Du Anregungen, wie die Online Community Dich unterstützen kann.

### Deine Community kann zum Beispiel

- selbst auf eine ausgewogene, sachliche Sprache bei den eigenen Kommentaren achten
- positive Kommentare liken und sich dafür bedanken
- akzeptieren, dass es ein Hausrecht auf dem Kanal gibt und dass ihre Organisation dieses geltend macht
- die Netiquette, F.A.Q.s, Links zu Themen-Wünsche-Sammlungen oder Beschwerdemanagement verlinken
- die Netiquette anschauen, kennen, und ihre Einhaltung sowie eine sachliche Debattenkultur einfordern
- der Moderation vertrauen und ihr den Rücken stärken: Die Moderation hat manchmal mehr Ahnung, wer schon lange regelmäßig oder wer erstmalig stört.
- die Moderation bestärken und loben: Denn Community Management braucht Anerkennung!

### Gute Laune verbreiten

Das Wichtigste, was die Online Community zu Deiner Unterstützung tun kann: Den Kanal, den sie liebt, zu einem positiven und respektvollen Ort zu machen. Dabei kann sie zum Beispiel die Prinzipien der bestärkenden Moderation anwenden.



### Die Kommentarspalten beobachten

Die Online Community kann Dich auch dabei unterstützen, die Kommentarspalten zu beobachten und Dir Rückmeldungen zu Themenwünschen, kritischen Debatten und Konflikten zu geben. Sie kann z.B.:

- die Kommentarspalten beobachten
- Debatten in der Online Community verfolgen (Social Listening) und rückmelden, welche Themenwünsche es gibt
- Dir Rückmeldungen über Unzufriedenheiten geben: Es macht Sinn, wenn Community Manager\*innen früh von Unzufriedenheiten erfahren. So können sie Maßnahmen ergreifen, um die Zufriedenheit zu erhöhen, bevor die Situation eskaliert und es zu Beschwerden kommt.

### Wissen einbringen

Deine Community kann Wissen einbringen – auch Wissen, das Dir fehlt.

Zum Beispiel kann sie:

- Fact Checking betreiben und bei Themen, mit denen sie sich gut auskennt, Falschaussagen korrigieren. Auch kann sie bei der Einordnung von Kommentaren helfen: „Ist das deine Meinung oder hast du dafür eine Quelle?“
- ihre Expertise auf unterschiedlichsten Gebieten einbringen und sich Dir und Deinem Team für Beratung anbieten
- Wahrnehmungslücken schließen und Dich unterstützen, bestimmte Situationen besser zu begreifen (z.B. wenn sich Menschen in der Community mit Rassismus oder Queerfeindlichkeit besser auskennen, als Du)
- Wissen und Ressourcen zu Themen teilen, z.B. erklärende Links zu bestimmten Themen
- andere Personen ansprechen und einzubeziehen, die sich mit einer Thematik gut auskennen.



## Bei Vorfällen von Gewalt und Hetze unterstützen

### Digitale Zivilcourage - Dreisatz nach LOVE-Storm

LOVE-Storm hat einen einfachen Dreisatz entwickelt, der helfen soll, in schwierigen Situationen eine Lösung zu finden. Er lautet:

- Angegriffene schützen
- Zuschauende aktivieren
- Gewaltausübenden Personen gewaltfrei Grenzen setzen

Dieser einfache Dreisatz ist sinnvoll, weil er eine Priorisierung ermöglicht. Dabei ist es wichtig, dass an erster Stelle immer der Schutz der angegriffenen Person(en) steht. Was nicht sinnvoll ist: Alle zusammen stürzen sich auf eine gewaltausübende Person und verlieren dabei die Betroffenen aus dem Blick.

An zweiter Stelle steht das Aktivieren von Zuschauenden und erst an letzter Stelle der Fokus auf die gewaltausübenden Personen. Den gewaltausübenden Personen soll dabei immer gewaltfrei begegnet werden, auch um die Situation nicht weiter zu eskalieren (was wiederum den Angegriffenen schaden könnte).

Wer schon einmal einen Erste-Hilfe-Kurs besucht hat, weiß: Es ist wichtig, sich in Unfall-Situationen nicht panisch auf den erstbesten Impuls zu verlassen, sondern einen Schritt zurückzumachen und überlegt vorzugehen. Erstmal muss geschaut werden, was mit der betroffenen Person überhaupt los ist und was sie braucht. Dann sollten Personen gezielt angesprochen werden, ob sie helfen können: „Sie da in der roten Jacke, könnten Sie bitte den Notarzt holen?“ ist zielführender als „Könnte mal irgendwer...?“.



### Das könnte zum Beispiel bedeuten, Deine Community kann:

#### Angegriffene schützen:

- Einzelpersonen, die angegriffen wurden, fragen, was sie brauchen
- Einzelpersonen, die angegriffen wurden, emotionale oder konkrete Unterstützung anbieten
- Wenn nicht eine einzelne Person angegriffen wurde, sondern marginalisierte Gruppen angegriffen wurden: Mitlesenden aus marginalisierten Gruppen ihr Mitgefühl ausdrücken und sagen, dass sie ansprechbar sind, falls jemand Hilfe braucht oder reden möchte, z.B.: „Liebe homosexuelle Menschen, die hier mitlesen: Es denken hier nicht Alle so über euch. Wenn ihr Unterstützung braucht, sprecht mich gerne an.“
- Betroffenen Anlaufstellen aufzeigen: innerhalb der Organisation, sowie externe Beratungsstellen

**Wichtig:** Wenn konkrete Einzelpersonen angegriffen wurden, tue nie etwas ohne Rücksprache mit der betroffenen Person!

#### Zuschauende aktivieren

- die Moderation vertaggen oder eine Nachricht schreiben, damit ein Kommentar verborgen oder ein\*e User\*in geblockt werden kann: „Liebe Moderation, hier steht ein rassistischer Kommentar, kümmert ihr euch bitte darum?“
- andere Community Mitglieder um Unterstützung mit einer Situation bitten
- Kommentare bei der Plattform melden
- justiziable Kommentare und Postings eigenständig screenshotten und (auch anonym) bei Meldestellen melden

#### gewaltausübenden Personen gewaltfrei Grenzen setzen

- die Person direkt ansprechen und ihr sagen, dass sie bitte aufhören soll
- die Person ablenken, damit sie die angegriffene Person in Ruhe lässt
- das Gespräch in eine andere Richtung lenken

**Wichtig:** Menschen sollten die Profile der Person checken und ihre eigene Sicherheit und die Sicherheit der anderen Anwesenden abwägen. Mit einem überzeugten Rechtsradikalen zu diskutieren, macht wenig Sinn und bringt im schlimmsten Fall Menschen in Gefahr.



### Tipps für organisierte Counter-Speech-Aktionen durch die Community

Mit bestimmten Communities kann organisierte Gegenrede als Gruppe funktionieren. Davor ist aber eine Auseinandersetzung mit den realistisch durch Gegenrede (nicht) erreichbaren Zielen wichtig. Und sich auch klarzumachen, dass organisierte Gegenrede nur zu denjenigen Themen sinnvoll ist, mit denen die Community sich wirklich gut auskennt.

Beispielsweise kann die Online Community einer migrantischen Selbsthilfe-Organisation gezielte Gegenrede-Aktionen zum Thema Rassismus starten, wenn sie sich vorher eine gute Strategie zurechtlegt, wie sie vorgeht und wie sie für digitale Sicherheit sorgt. Eine rein *weiße* Gruppe läuft dabei schnell Gefahr, dass sie dabei unbewusst kritische Aussagen reproduziert oder andere Fehler macht, die Betroffenen schaden können. Suche Dir also für solche Aktionen Themen aus, zu denen die Gruppe auch entsprechende Expertise und Erfahrungswissen hat.

Generell gilt: Vorsicht in Diskussionen mit Rechtsradikalen und Trollen. Diese verschaffen sich gezielt Raum für die immer selben Themen und sind auf Debatten besser vorbereitet als Du und Deine Mitstreiter\*innen. Seid deshalb vorsichtig, auf welche Debatten Ihr Euch überhaupt einlasst und bedenkt: „Don't feed the troll“. Es ist unrealistisch, im Netz jemanden von einer völlig anderen Meinung zu überzeugen. Und im Zweifelsfall ist Eure Gegenrede sogar Teil ihrer Strategie, möglichst viel Raum mit einem Thema einzunehmen. Wenn das Ziel Eurer Gegenrede ist, die Gegenseite zu überzeugen, ist diese Zielsetzung von vornherein nicht realistisch.

Es ist wichtig, für die Kommunikation über die gemeinsame Aktion einen Raum zur Reflektion zu schaffen, der nicht in der Kommentarspalte selbst ist. Dafür kannst Du zum Beispiel eine Messenger-Gruppe nutzen.



## Community Workshop

Um mit der Community ins Gespräch zu kommen, kannst Du auch zu einem Community-Workshop einladen und mit der Community gemeinsam die Felder-Methode nutzen.

Entwerft zusammen einen Felder-Plan mit verschiedenen Möglichkeiten für die Community, Euch zu unterstützen.

Sammelt Beispiel-Kommentare von Eurem Kanal und lasst die Community in einem Online-Workshop zu verschiedenen Beispiel-Kommentaren stempeln und diskutieren.

 dagegenreden	 Hinweis auf Netiquette	 der Plattform melden	 Melde- stelle	 anzeigen
 Quelle erfragen / prüfen	 ignorieren	 Moderation zu Hilfe rufen	 Hinweis an Moderation senden	 in Dialog treten
 Unterstützung anbieten	 Freund*in <u>dazuholen</u>	 <u>Self</u> Care	 an weitere Betroffene denken	 Sachlichkeit erbitten

**Siehe auch:**

→ 4.3. Moderationsguides erstellen  
Felder-Methode ab Seite 116



## „Auf Nachfrage brachte sich die Community mehr ein“



@Özlem (sie/ihr)

...

Wir haben uns stärker mit der Community beschäftigt. Zum Beispiel: Was wünscht sich unsere Community in der Moderation? Wie nimmt die den Kanal eigentlich wahr? Wir haben versucht, weniger selbst aus einer Verteidigungshaltung heraus zu handeln. Wenn zum Beispiel Menschen kritische Kommentare geschrieben haben, haben wir eher versucht, Dialoge anzuregen und unterschiedliche Positionen in der der Community zu erfragen. Sehen das Andere auch so? Fragen sind ein wichtiges Tool. Auf Nachfrage brachte die Community sich mehr ein. Verschiedene Meinungen wurden diskutiert.



@Matze (er/ihm)

...

Ich denke, wir sollten noch gezielter schauen, welche Perspektiven und Kompetenzen gibt es in der Community. Oft fehlt uns das nötige Wissen bei speziellen Themen: Gibt es eindeutige Codes und Dogwhistles? Wie ist ein Kommentar zu deuten? Ich glaube, dass einiges Wissen in der Community schlummert, das hilfreich sein kann. Wir müssen die Leute nur finden.





@Dana (sie/ihr)

...

Man darf nicht glauben, dass man die Leute erst dann ins Community Management reinholt, wenn Sachen schief laufen. Man muss vorher Beziehungen aufbauen. Es muss eine Bindung bestehen und Vertrauen, damit man dann auch den Rückhalt hat, der Community auch mal was rückzuspiegeln oder Regeln durchzusetzen. Man muss investieren und Aufbauarbeit leisten. Menschen einbeziehen, wenn gerade nicht die Kacke am Dampfen ist. Auch dann weiter für schöne Stimmung sorgen, wenn eigentlich eh schon schöne Stimmung ist. Das ist viel Arbeit, und dafür muss es eine Person geben, die das macht. Aber wenn die Leute dann die Herangehensweisen und die Netiquette kennen und mithelfen, gute Laune zu verbreiten und Regeln einzufordern, das kann echt hilfreich sein. Engagierte können den Ton in den Kommentarspalten echt unterstützen. Es macht einen Unterschied, wer etwas sagt: Wenn es aus der Community kommt, wird das anders aufgenommen, als wenn es vom Community Management kommt. Und damit kann man ganz gut zusammenarbeiten.





# Outro

- Ressourcen zum Weiterlesen
- Meldestellen
- Beratungsstellen
- Editorial



## Zum Weiterlesen:

# Fortbildungsmöglichkeiten und Ressourcen

### Community Management

- [Kaffee und Community Podcast](#) (auf Spotify, Apple podcasts, und mehr)
- [Einhorn und Glitzer – Community Management Podcast](#) (auch auf Spotify und mehr)
- [Upload Magazin Ausgabe 111](#) zu Community Management
- [Community Launch Guide](#) von communitymanagement.de
- [12 Tips zum Community Aufbau in sozialen Medien](#)
- [Die Psychologie hinter gutem Community Management](#)
- [Kommentarspalten ohne Hate: Phantastische Communities und wo sie zu finden sind](#) (re:publica 2024)
- [Bis hierhin und nicht weiter – Community Management für eine bessere Zukunft](#) (re:publica 2022)
- [Studie des Bundesverband Community Management 2023](#)



## Moderation gegen Gewalt und Hetze

- [Steuerungsstrategien für Redaktionen](#) (Medienanstalt NRW)
- [Hasskommentare moderieren lernen](#) (Medienanstalt NRW)
- Bestärkende Moderation: [Hallo liebe Community](#) (Medienanstalt NRW)
- [ModSupport](#) - der Guide für deine Kommentarspalte (Amadeo Antonio Stiftung )
- [Hate Speech entgegengetreten – ein Werkzeugkasten für Kommunikationsprofis](#) (Amadeo Antonio Stiftung)
- [Flowchart: Ausschalten oder Aushalten?](#) (Amadeo Antonio Stiftung)
- [Zeit, den Hass zu ghosten](#) (re:publica 2022)
- [Rechte Angriffe im Netz](#) Auswirkungen und Handlungsempfehlungen (VBRG)
- [Verification Handbook](#) - das Handbuch zur Überprüfung von Desinformation und Medienmanipulation (Medienanstalt NRW)
- [Anti-Shitstorm-Handbuch](#) (Amadeo Antonio Stiftung)
- [Haltung zeigen](#) - Gesprächsstrategien gegen rechts (Rosa Luxemburg Stiftung)
- [Helpdesk gegen Hass im Netz von neue deutsche Medienmacher](#)



## Hass im Netz: Organisationen und Netzwerke

- [BAG Hass im Netz](#)
- [Kompetenznetzwerk gegen Hass im Netz](#)
- [Hate Aid Magazin](#) und [Hate Aid Podcast - Über Hassreden](#)
- Magazin von [Das Netz](#)

## Netzwerke und Austausch für Social Media und Community Manager\*innen

- [Civic Sprechstunde](#) für Community Manager\*innen (Amadeo Antonio Stiftung)
- [Dachverband für Community Management](#): Bundesverband Community Management BVCN
- [Virtueller Stammtisch für Community Manager\\*innen](#) von all Codes are beautiful
- [netzhorizonte Stammtisch](#)



## Content Creation

- [Reporterfabrik](#) bietet viele (auch viele kostenlose) Workshops rund um Medienarbeit
- [Kampagnenarbeit mit eigenen Narrativen](#) (Amadeo Antonio Stiftung)
- Neue deutsche Medienmacher: [Wir bleiben im Gespräch](#): Erfolgreiche Öffentlichkeitsarbeit für NGOs, Migrant\*innenorganisationen, Flüchtlingsinitiativen und andere integrativ wirkende Organisationen
- Reframing Migration Narratives Toolkit: Diversität neu erzählen mit der Methode [Narrative Change](#). Praktische Erfahrungen mit der Methode hat die [Junge Islamkonferenz](#) zusammengefasst. Und hier gibt es eine [Toolbox zu Narrative Change](#).
- [Said Rezek: Bloggen gegen Rassismus](#) (erfolgreiche Social Media Postings gegen Hate Speech verfassen)
- [Take Over](#): Beratung zu intersektionalem Campaigning Know-How
- [Storytelling](#) Beautiful Trouble Toolbox – Battle of the Story



## Medienkompetenz

- [Medienwissen 2 Go](#) (ZAPP, NDR)
- [Publikationen Liste](#) Medienanstalt NRW
- [Vielfalt Mediathek](#) – Hass im Netz
- [weitklick](#) Materialien
- klicksafe [Video-Reihen](#) und [Materialien](#)
- digitale Helden – [Webinare](#) und [Online-Kurse](#)
- Material von [Gesellschaft für Medienpädagogik und Kommunikationskultur](#)
- [streitgut Kanal](#)
- [Publikationen Liste](#) (Amadeo Antonio Stiftung)
- [Pro Argument](#) (auf LinkedIn)
- [Facing Facts](#) Online Kurse (englisch)
- [jugendschutz.net Mediathek](#)



## Gewalt und Hetze melden!



Das alte Gerücht, das Internet sei ein rechtsfreier Raum, trifft nicht mehr zu! Wenn Du – online oder offline – Gewalt, Hetze oder Diskriminierung begegnest, kannst Du diese Vorfälle an entsprechende Meldestellen weiterleiten. Verschiedene staatliche und zivilgesellschaftliche Meldestellen nehmen Meldungen zu Straftaten, gruppenbezogener Menschenfeindlichkeit und weiteren Formen von Gewalt entgegen.

Bei Meldestellen kannst Du eine erste Einschätzung bekommen, ob ein Vorfall strafrechtlich relevant ist. Einige Meldestellen übernehmen auch eine Anzeige für Dich; und das sogar anonym, wenn es beim jeweiligen Tatbestand möglich ist. Das heißt zum Beispiel: In Fällen von Volksverhetzung zeigt die Staatsanwaltschaft den Vorfall selbst an – Du musst nichts weiter tun. Manche Kommentare können harte Strafen nach sich ziehen und eine Verurteilung hat abschreckende Wirkung.

Diskriminierende Aussagen sind nicht grundsätzlich strafbar, sondern erst ab einer bestimmten Schwere. Deshalb sollte man sich als betroffene Person darauf einstellen, möglicherweise enttäuscht zu sein, wenn der Kommentar als nicht justiziabel eingestuft wird. Es lohnt sich aber trotzdem, alle Vorfälle zu melden: So werden Vorfälle wissenschaftlich erfasst, und können so ein umfassenderes Bild der jeweiligen Gewaltphänomene liefern. Durch eine bessere Datenlage kann das behördlich noch nicht erfasste Dunkelfeld (digitalisierter) Gewalt besser beleuchtet und die gesellschaftliche Relevanz dieser Phänomene herausgestellt werden. So kann Deine Meldung eventuell dazu beitragen, dass das Thema politisch stärker in den Fokus rückt und Gesetze angepasst werden.

**Auf den folgenden Seiten findest Du eine Liste mit Meldestellen.**



## Meldestellen für Gewalt und Hetze im Netz



- Die Meldestelle [Hessen gegen Hetze](#) wird vom Land Hessen finanziert, aber arbeitet bundesweit. Die Meldestelle hat einen direkten Draht in die Staatsanwaltschaft und übernimmt die Anzeige – wenn möglich anonym – für Dich.
- Auch bei der [Meldestelle Respect](#) und bei der [Landesanstalt für Medien NRW](#) kannst Du Hetze melden. Die Meldestelle Reflect ist auch ein sogenannter Trusted Flagger, der Hate auch schneller von der Plattform entfernen lassen kann.

## Spezielle Meldestellen

Diese Meldestellen sammeln Vorfälle spezifischer Gewaltphänomene u.a. zur Forschung.

- antimuslimischen Rassismus melden bei [I-Report](#)
- [Rias](#) und [Meldestelle Antisemitismus](#) (Antisemitismus melden)
- Meldestelle für [Antiziganismus](#)
- Meldestelle für [antikurdischen Rassismus](#)
- [Meldestelle Antifeminismus](#) (sexistische, queerfeindliche und antifeministische Gewalt)
- Behindertenfeindliche und ableistische Gewalt kannst du bei [AbilityWatch](#) melden
- Vorfälle rechter Gewalt kannst du in vielen Bundesländern auch bei den [Beratungsstellen des VBRG](#) für ein unabhängiges Monitoring melden (Verband der Beratungsstellen für Betroffene rechter, rassistischer und antisemitischer Gewalt)
- Bei [Frag Zebra](#) kannst du Cybergrooming Vorfälle melden





## International



- bei [Zara](#) kannst Du Hass im Netz und rassistische Vorfälle in Österreich melden
- Schweiz - [Report Online Racism](#) Rassistische Online Hassrede melden
- [INACH](#) - cyber hate complaint
- [Anti-Defamation League](#) ADL - report incident
- [FOA](#) - Fighting Online Antisemitism

## Anzeige erstatten bei einer Online-Wache

Hier kann man Online-Anzeige bei der Polizei erstatten

[Online-Anzeige erstatten: Online Strafanzeige erstatten \(online-strafanzeige.de\)](#)

## Rechtssichere Screenshots erstellen:

Hier findest du Anleitungen zum Erstellen rechtssicherer Screenshots

[Rechtssichere Screenshots als Beweismittel bei Gewalt im Netz](#) (VBRG)

[Rechtssichere Screenshots aufnehmen](#) How To von Hate Aid



## Beraten lassen!

**Beratungsstellen beraten und unterstützen Dich  
bei (digitalisierter) Gewalt.**



**Auf den folgenden Seiten findest Du eine Liste mit spezialisierten Beratungsstellen.**

Es gibt unterschiedliche Arten von Beratungsstellen:

- Wende Dich an Betroffenen-Beratungsstellen, wenn Du oder Dir nahestehende Menschen angegriffen werden. Hier findest Du zum Beispiel rechtliche Beratung oder psychosoziale Beratung.
- Bei Ausstiegs- und Distanzierungsberatungen findest Du Hilfe, wenn Du oder Dir nahestehende Menschen selbst gewalttätig werden oder in gefährliche Radikalisierungsdynamiken geraten.
- Mobile Beratung berät zum Umgang mit Extremismus bzw. Radikalisierung auf lokaler Ebene, zum Beispiel für Organisationen und Vereine.

### **Psychische Krisen:**

- [Krisenchat](#) für Kinder und Jugendliche
- [Telefonseelsorge](#) und [Chat-Seelsorge](#) für Erwachsene

**Bei Notfällen wende Dich bitte an den Notruf und/oder an den sozialpsychiatrischen Dienst Deines Landkreises oder Stadtteils!**



## Rechtliche Beratung

- [Hate Aid](#) ist eine Beratungsstelle für Betroffene digitaler Gewalt. Hate Aid berät vor allem zu rechtlichen Aspekten und bietet auch eine psychosoziale Beratung an.
- [Elly](#) ist die Hate Speech - Beratungsstelle der Beratungsstelle Ezra in Thüringen.
- [Hatefree](#) bietet eine kostenlose rechtliche Ersteinschätzung und bei Bedarf spezialisierte anwaltliche Unterstützung an (kostenpflichtig).
- Gegenrechtsschutz: unterstützt Betroffene bei juristischen Angriffen von rechts [fragdenstaat.de/aktionen/gegenrechtsschutz](https://fragdenstaat.de/aktionen/gegenrechtsschutz)
- Die [Beratungsstellen des VBRG](#) beraten bundesweit zu rechtlichen Fragen rund um rechte, rassistische und antisemitische Gewalt und vermitteln Fachanwält\*innen.
- [safe im Recht](#) ist eine Beratungsstelle zu digitalisierter Gewalt und Jugendrecht.



## Beratung & Support

### für Social Media und Community Manager\*innen

- Die [Civic Beratung](#) der Amadeo Antonio Stiftung berät Organisationen in Berlin kostenlos zu rechtsradikalen Angriffen im Netz
- [Vivian Pein](#) arbeitet zu Resilienz im Community Management (kostenpflichtig)
- [netzhorizonte](#) bietet Coachings im Bereich Community Management und Prävention digitalisierter Gewalt (kostenpflichtig)

## Frag Zebra

- Bei [Frag Zebra](#) kannst du der Landesanstalt für Medien NRW alle Fragen rund um Medien und den digitalen Alltag stellen



## Menschenfeindliche Ideologien und Diskriminierung

- Der Verband der Beratungsstellen für Betroffene rechter, rassistischer und antisemitischer Gewalt [VBRG](#) vernetzt bundesweit Beratungsstellen die bei rechter Gewalt beraten und unterstützen
- Beim [Antidiskriminierungsverband \(advd\)](#) und bei [Respektland](#) findest Du Beratungsstellen gegen Diskriminierung
- [I-Report](#) ist eine Beratungs- und Meldestelle für antimuslimischen Rassismus
- [ofek](#) berät bei antisemitischer Gewalt
- der [vlsdp](#) und der [dgti](#) listen Beratungsmöglichkeiten für LGBTIQ+
- Bei den Beratungsstellen der [EUTB](#) findest du als behinderte oder chronisch kranke Person unabhängige Beratung zu Möglichkeiten der gesellschaftlichen Teilhabe

## International

- [Zara](#) berät in Österreich bei Hass im Netz und Rassismus



## Beratung zum Umgang mit Rechtsradikalismus



- Die Teams der [mobilen Beratung gegen Rechtsextremismus](#) unterstützen lokale Akteur\*innen dabei, vor Ort einen Umgang mit Rechtsextremismus zu finden und wirksame Maßnahmen zu entwickeln.
- Die Fachstelle [FARN](#) berät zu Radikalisierung im Naturschutz
- Die [Bundesarbeitsgemeinschaft Kirche und Rechtsextremismus](#) berät kirchliche Akteur\*innen zum Umgang mit rechter Radikalisierung

## Radikalisierung und Ausstiegsberatung

- [Exit Deutschland](#) bietet eine Ausstiegs- und Deradikalisierungs-Beratung bei Rechtsextremismus
- [entschwört](#), [veritas](#) und [demos](#) beraten zum Umgang mit Verschwörungsmythen
- [Fachstelle Rechtsextremismus & Familie](#) bietet Beratungen für Angehörige und Fachkräfte
- Das [Violence Prevention Network](#) berät Angehörige und Institutionen zu digitaler Radikalisierung, Rechtsextremismus und Islamismus
- Die [Beratungsstelle Radikalisierung](#) berät zu islamistischer Radikalisierung



## Jugendliche und Schule

- [JUUPORT](#) berät von Jugendlichen für Jugendliche zu Cybermobbing, sexualisierter Belästigung im Netz und digitalen Themen allgemein
- Die [digitale Helden Notfallsprechstunde](#) für Schulen ist eine Anlaufstelle für Fachkräfte im Bereich Schule und Sozialarbeit.



## Wissenschaft

- [scicomm](#) berät Wissenschaftler\*innen zu (digitalen) Angriffen

## Häusliche und sexualisierte Gewalt

- Das [Frieda Frauenzentrum](#) bietet eine spezialisierte Beratung zu Cyberstalking
- [Hilfeportal sexueller Missbrauch](#) berät zu sexueller Gewalt
- [Bundesverband Frauenberatungsstellen & Frauennotrufe](#): Hilfsangebote für Frauen vor Ort finden
- [Cordelia Moore](#) berät und unterstützt bei der Entwicklung von Schutzkonzepten zu digitaler geschlechtspezifischer Gewalt, Cyberstalking und Spyware (kostenpflichtig)
- Bei [dickstinction](#) kannst Du ganz einfach Dickpics zur Anzeige bringen. Unsere Empfehlung: Lass dich besser vorher dazu beraten.



# Editorial

## Redaktionelle Mitarbeit

[AC Lio Neuber](#): Bildungsreferent\*in Hate Speech und Co-Projektleitung bei „Empower Communities“ | Fortbildung und Beratung zu Diskriminierung (Schwerpunkt: Ableismus), Hate Speech und digitalisierter Gewalt bei [netzhorizonte](#)

[Mart Kühnemund](#): Bildungsreferent und Co-Projektleitung bei „Empower Communities“ | Fortbildung und Beratung zu Hate Speech und digitalisierter Gewalt, Community Management, Beratung für Projekt- und Strukturentwicklung bei [netzhorizonte](#)

[Maria Heß](#): Öffentlichkeitsarbeit für Empower Your Communities und bei LOVE-Storm | Online-Redakteurin | [NIR Leipzig e.V.](#) | Narrative Change Specialist

## Lektorat und Satz

[Maria Heß](#) (siehe oben)

## Layout

[AC Lio Neuber](#) (siehe oben)





## Gastbeiträge

Hanna: [NABU](#) (Naturschutzbund Deutschland) e.V.

[Said Rezek](#): Anti-Rassismus Trainer | Journalist | Blogger | Autor von “[Bloggen gegen Rassismus](#)” auch hier auf [Instagram](#) & [Facebook](#)

Tobias Roppelt: [Gehirngerecht.digital](#) (digitale Barrierefreiheit)

Michael Pfaff: “[muslimische Spuren in deutscher Heimat](#)”

Miriam: Bildungsreferentin beim [Bund der Alevitischen Jugendlichen Deutschland e.V. \(BDAJ\)](#)

[DisCheck](#): diskriminierungskritisches Beratungskollektiv

Fluky: Trainer\*in & Autor\*in bei [Kartoffel mit Herz](#) mit den Schwerpunkten Hate Speech, Desinformation, [Diversity](#), diskriminierungssensible Medienpädagogik; DJ, Turntablist, Autor\*in & Trainer\*in mit dem Schwerpunkt HipHop bei [DJ Freshfluke](#)

Sebastian Zollner: Sprachwissenschaftler | Dozent für Medien & Kommunikation | Schwerpunkte: digitale Gewalt & Konfliktmanagement | [storytelling@sebastian-zollner.de](mailto:storytelling@sebastian-zollner.de) | Insta: [@sebi.counters.hate](#) | BlueSky/TikTok: [@SebiZollner](#)

Stefanie Bock: [EKHN](#)

Esther Stosch: [indeon](#)



## Inhaltliche Mitarbeit im Projekt

Selma Gleißberg: Bildungsreferentin und pädagogische Projektkoordination im Projekt „Empower Communities“ | politische Bildung | Beratung | Hate Speech und Diskriminierungskritik

Sy Legath: [MindBiz](#) Coaching | Training | Supervision | politische Bildung | Queer Empowerment

[Sina Magdalene Schmeiter](#): diskriminierungssensible Moderation | Mediation | politische Bildung | Friendspädagogik hier auch auf [LinkedIn](#)

Fluky: Trainer\*in & Autor\*in bei [Kartoffel mit Herz](#) mit den Schwerpunkten Hate Speech, Desinformation, [Diversity](#), diskriminierungssensible Medienpädagogik; DJ, Turntablist, Autor\*in & Trainer\*in mit dem Schwerpunkt HipHop bei [DJ Freshfluke](#)

Sebastian Zollner: Sprachwissenschaftler | Dozent für Medien & Kommunikation | Schwerpunkte: digitale Gewalt & Konfliktmanagement | [storytelling@sebastian-zollner.de](mailto:storytelling@sebastian-zollner.de) | Insta: [@sebi.counters.hate](#) | BlueSky/TikTok: [@SebiZollner](#)

[Said Rezek](#): Anti-Rassismus Trainer | Journalist | Blogger | Autor von “[Bloggen gegen Rassismus](#)” auch hier auf [Instagram](#) & [Facebook](#)

[Gregöre Hamann](#): Moderation | Mediation | Gruppenprozessbegleitung | Workshops | Themenschwerpunkte: Diversität und Diskriminierung, queeres und anti-klassistisches Empowerment

[Krischan Oberle](#): Systemischer Berater (i.A.) | Prozessbegleitung | Trainings | Moderation

[Ulla Scharfenberg](#): Workshops | Seminare | Moderation | Texte und Übersetzung | Schwerpunkte: Diversity, Geschlechtervielfalt, geschlechtergerechte Sprache

Svenja Rickert: Seminare | Trainings | Friedens- und Konfliktarbeit | politische Bildung

[Henric Wietheger](#): Journalismus | digitale Kommunikation | Beratung

Omeima Garci

Julia Gaiser

Miriam Galler

Marlon



## Danksagung

### Austauschrunde:

An der Austauschrunde zu Projektbeginn waren Content Creator\*innen, Gruppen-Moderator\*innen und Netz-Aktivist\*innen beteiligt, die selbst von Gewalt und Diskriminierung im Netz betroffen sind. Darunter waren BIPOC-, migrantische, queere, behinderte und von Klassismus betroffene Personen. Danke an dieser Stelle auch an unsere Mitarbeitenden aus der Austauschrunde, die anonym bleiben möchten.

### Auswertungs-Interviews

Danke auch allen Projektteilnehmenden, die uns freiwillig Interviews zur Projektauswertung gegeben haben. Ohne Eure Stimmen wäre das Projekt und dieses Workbook nicht, was es ist.

### Unbezahlte Arbeit im Netz

Wir haben uns darum bemüht, unsere freiberuflichen Mitarbeitenden fair zu bezahlen. Viele der Best-Practice-Beispiele, auf die wir uns in dieser Publikation beziehen, wurden jedoch nicht von uns entwickelt, sondern von verschiedenen Menschen über die Jahre aus den Weiten des Netzes zusammengetragen.

Meist sind es Betroffene, die aus der Not und Notwendigkeit heraus Handlungsansätze und Strategien entwickeln. Auf viele dieser Ansätze beziehen wir uns – oft ohne zu wissen, wer sie erfunden hat und woher sie eigentlich kommen. Wir hätten die in diesem Workbook vorgestellten Strategien nicht entwickeln können ohne all die unsichtbare und unbezahlte Vorarbeit, die vor allem betroffene Menschen seit vielen Jahren leisten.

## Redaktion



[netzhorizonte](#) bietet Fachfortbildungen zu Gewalt und Hetze im Netz für zivilgesellschaftliche Organisationen, Einrichtungen der Bildungs- und Sozialarbeit, sowie für Selbstständige und kleinere Unternehmen.

Ihr findet uns auf [LinkedIn](#) @netzhorizonte sowie auf [Insta](#) @netz\_horizonte. Fragen, Lob, Feedback und Kritik gerne an: [publikation\\_empc@netzhorizonte.de](mailto:publikation_empc@netzhorizonte.de)

## Trägerschaft



Der [Bund für Soziale Verteidigung e.V.](#) (BSV) ist ein Fachverband der deutschen Friedensbewegung zur Entwicklung von gewaltfreien Sicherheitskonzepten. Seine Schwerpunkte sind Friedensbildung und die Entwicklung und Bekanntmachung von Konzepten der Zivilen Konfliktbearbeitung und des gewaltfreien Widerstands.



[LOVE-Storm](#) entstand 2017 im BSV als Aktions- und Trainingsplattform gegen Hass im Netz; und etablierte sich in den Folgejahren als Lernplattform und Anbieter von Workshops in digitaler Zivilcourage.

## gefördert von:

Das Empower Communities Projekt wurde gefördert durch die [Bundeszentrale für politische Bildung](#).



netzhorizonte 2024

Alle Teile des Workbooks findest Du zum Download unter:

<https://netzhorizonte.de/workbook/>