



HANDLUNGSSICHER IM DIGITALEN RAUM

Betreuung von Social-Media-Kanälen: Wie umgehen
mit rechten Kampagnen und Bedrohungen?

IMPRESSUM

HERAUSGEBER_INNEN

Verein für Demokratische Kultur
in Berlin (VDK) e.V. und Mobile
Beratung gegen Rechtsextremismus
Berlin (MBR)

Gleimstraße 31, 10437 Berlin
Telefon: 030 817 985 810
info@mbr-berlin.de
www.mbr-berlin.de

V.i.S.d.P. Bianca Klose

Autor_innen Hamid Mohseni
Redaktion Bianca Klose

Lektorat Frank Engster
Layout Julian Krischker

1. Auflage, 2020

URHEBERRECHTLICHE HINWEISE

© Copyright 2020 Mobile Beratung
gegen Rechtsextremismus Berlin
(MBR).

Alle Rechte vorbehalten.

BILDNACHWEIS

Solidarität Icon von Fahmi, Dokument
Icon von Diogo Marquetti, Sirene Icon
von Mohamad Arif Prasetyo, Sprech-
blase Icon von Natalieworth Mülleimer
Icon von Amelia, i Icon von i cons,
Judge Icon von CR Kurniawan auf the
noun project. (thenounproject.com)

Die Veröffentlichung stellt keine
Meinungsäußerung des BMFSFJ bzw.
des BAFzA dar. Für inhaltliche Aus-
sagen tragen die Autor_innen die
Verantwortung. Diese Publikation
wird für nicht-kommerzielle Zwecke
kostenlos zur Verfügung gestellt. Die
Herausgeber_innen behalten sich das
Urheberrecht vor. Eine Weitergabe
oder Vervielfältigung, auch in Teilen,
ist nur nach ausdrücklicher schriftli-
cher Zustimmung der Herausgeber_in-
nen gestattet. Darüber hinaus muss
die Quelle korrekt angegeben und ein
Belegexemplar zugeschickt werden.

HAFTUNGSAUSSCHLUSS

Die Hinweise in dieser Broschüre
wurden nach bestem Wissen und
Gewissen formuliert. Diese Handrei-
chung ersetzt keine individuelle
(juristische) Beratung. Für die Richtig-
keit, Vollständigkeit und Aktua-
lität der Informationen übernimmt
die Herausgeberin keine Gewähr.

GENDER_GAP

Die MBR benutzt den Gender_Gap,
um alle Geschlechter und Geschlechts-
identitäten darzustellen. Der Unter-
strich stellt den Zwischenraum für alle
Menschen dar, die sich in der Zwei-
Geschlechterordnung nicht wieder-
finden.

INHALT

1. HINTERGRUND 5

2. WAS TUN? 7

2.1 Online wie offline gilt: Wahrnehmen. Deuten. Handeln

2.2 Persönliche Daten schützen — 2.3 Netiquette veröffentlichen und durchsetzen — 2.4 Handlungsempfehlungen für den Umgang mit rechtsextremen und rechtspopulistischen Anfeindungen in sozialen Medien

3. TONANGEBEND BLEIBEN 17

4. VERWEISE 18

Fotos, Videos, Kommentare, Bewertungen – das Internet und vor allem soziale Medien sind mittlerweile ein fester Bestandteil von Öffentlichkeitsarbeit. Eine Präsenz in den sozialen Netzwerken ist für die Interaktion mit der eigenen Community und die Vernetzung mit anderen Organisationen selbst für kleinere Projekte, Vereine und Einrichtungen von großer Bedeutung. Doch was passiert, wenn man plötzlich in den Fokus von Rechtsextremen und Rechtspopulist_innen gerät? Die Folgen können sehr unterschiedlich ausfallen. Sie reichen von harmlos erscheinenden, kritisch formulierten Fragen im Kommentarbereich bis hin zu persönlich adressierten (Mord-)Drohungen. In jedem Fall sind Aufmerksamkeit und Rückhalt gefordert, denn die Folgen können für die Betroffenen sehr belastend sein. In der vorliegenden Handreichung bündelt die Mobile Beratung gegen Rechtsextremismus Berlin (MBR) wesentliche Argumentations- und Handlungsstrategien aus ihrer Beratungspraxis für die administrative und moderative Betreuung von Social-Media-Auftritten von Organisationen, Einrichtungen und Projekten. Die Handreichung zeigt, wie Sie sich gegen Anfeindungen, Unterstellungen sowie Drohungen von rechts schützen können und wieder selbst tonangebend in der eigenen Social-Media-Präsenz werden.

PROBLEMBEISPIEL

Ein Kulturzentrum kündigt ein antirassistisches Theaterstück gemeinsam mit Geflüchteten an. Ein rechtes Nachrichtenportal mit hoher Reichweite greift das Thema auf, vermischt es mit rassistischen Ressentiments und diffamiert das Stück als »links-grün lackierte Gesinnungsdiktatur«. Auf der Facebook-Seite des Kulturzentrums hagelt es plötzlich rassistische und rechtsextreme Kommentare (»Shitstorm«). Per Direktnachricht werden Drohungen ausgesprochen. Zahlreiche Facebook-Seiten aus dem rechtspopulistischen Spektrum bis hin zur Neonazi-Szene posten nun diffamierende Beiträge über das Kulturzentrum. Das Büro des Kulturzentrums wird mit Drohanrufen konfrontiert. Die Bewertungen des Cafés im Gebäude werden im Netz gezielt nach unten getrieben. Da der Inhaber der Internetseite des Kulturzentrums seine Privatadresse bei der Anmeldung angegeben hat, kann die Adresse zusammen mit Fotos und seinem Namen auf zahlreichen rechten Seiten veröffentlicht werden. Schließlich reicht die AfD auch noch eine offizielle Anfrage im Abgeordnetenhaus ein, in der sie die Fördermittel für das Kulturzentrum infrage stellt und die Mitarbeiter_innen in die Nähe von »Linksextremisten« rückt.

1. HINTERGRUND

Soziale Medien haben in den vergangenen Jahren enorm an Relevanz und Wichtigkeit gewonnen. Ein Grund dafür ist, dass sie eine höhere Zahl an Nachrichten, Ereignissen und Meldungen verbreiten können als redaktionelle Medien – und das ungefiltert und gleichsam in Echtzeit. Dadurch haben redaktionelle Medien nicht nur ihre einst unangefochtene Vormacht-

stellung und Autorität eingebüßt, sie haben auch mit einer »Vertrauenskrise« zu kämpfen. Rechtsextreme und Rechtspopulisten_innen instrumentalisieren die Kritik an redaktionellen Medien, führen einen »Informationskrieg«¹ und schlagen daraus Kapital: Während sie gegen »das Establishment« hetzen – Politik, NGOs, den Kulturbereich, aber auch die großen Medienanstalten – präsentieren sie sich selbst als die einzige wirkliche »Alternative« und »Opposition«.

¹ Der Begriff »Informationskrieg« bezeichnet die gezielte Nutzung von ausgewählten (Teil-)Informationen zur Manipulation der Darstellung und Vermittlung einer Sachlage, um sich selbst einen Vorteil zu verschaffen. Dazu zählt auch das (bewusste) Einstreuen von Falschmeldungen (»Fake-News«) und von Verschwörungserzählungen. Vgl. Y-Kollektiv: #infokrieg – Wie die neuen Rechten die Medien »hacken«. Am 28.12.2019 auf YouTube veröffentlicht: www.youtube.com/watch?v=mPe4uS9xZYI (11.06.2020)

Sie behaupten, »die Wahrheit« und die »wirklich wichtigen« Geschichten zu bringen, während »die« Medien als gleichgeschaltet und »Lügenpresse« diffamiert werden. Die sozialen Medien sind hierfür eine unverzichtbare Plattform.² Arbeitsteilig agierend und in digitalen Gruppen gut vernetzt und organisiert, setzen Rechtsextreme und Rechtspopulist_innen gezielt Nachrichtenfragmente und Meldungen (darunter auch Falschmeldungen) ab, die ihre Ideologie menschlicher Ungleichwertigkeit und das zugrundeliegende Weltbild in Form von Narrativen wie »wir gegen die« transportieren. Diese Narrative und Diskurse verbreiten sich, weil Rechtsextreme und Rechtspopulist_innen die Online-Aufmerksamkeitsökonomie beherrschen, über Kenntnisse der technischen Details der einzelnen sozialen Medien verfügen und diejenigen Schnittstellen nutzen, über die reichweitenstarke (redaktionelle) Medien erreicht werden.³ Dies vollzieht sich sowohl im analogen als auch im digitalen Bereich, in Kommentarspalten und Foren großer

Medien, in Talkshows ebenso wie auf der Straße.⁴ So erobern bestimmte Narrative zunehmend den öffentlichen Diskurs, führen zu einer Normalisierung rechtsextremer und rechtspopulistischer Einstellungs- und Verhaltensmuster und prägen Politik, Kultur und das gesellschaftliche Zusammenleben insgesamt. Auswirkungen zeigen sich bereits: Der »bisher größte[n] Untersuchung zu den Erfahrungen deutscher Internetnutzer_innen mit Hate Speech im Internet und ihren Auswirkungen«⁵ zufolge bekennen sich gut 54 % der Befragten nachweislich seltener zu ihrer politischen Meinung, und 47 % ziehen sich aus einer Debatte zurück, in der online Hetze betrieben wird – auch wenn sie selbst nicht unmittelbar betroffen sind. Durch rechte Hetze im Internet wird also die Meinungsfreiheit eingeschränkt – ein Grundrecht, das Rechtsextreme und Rechtspopulist_innen wiederum ausgerechnet dann beanspruchen und als gefährdet darstellen, wenn ihnen widersprochen wird.

2 Die zentrale Rolle von sozialen Medien für die politische Kommunikationsstrategie lässt sich bei der AfD an Frequenz und Resonanz ihrer Beiträge festmachen, aber auch an den Zahlen der »Gefällt mir«-Angaben ihrer Hauptseite. Sie sind knapp doppelt so hoch wie die der Partei mit den zweitmeisten »Likes«. Vgl. Amadeu Antonio Stiftung (Hrsg.): Demokratie in Gefahr. Handlungsempfehlungen zum Umgang mit der AfD. Berlin 2019.

3 Ende 2019 wurde das WDR-Kinderlied »Umweltsau« skandalisiert und zu einem bundesweiten Politikum. Die öffentlich-rechtlichen Medien wurden u.a. als »Staatsfunk« und »links-grüne Meinungsdictatur« diffamiert. Ein WDR-Mitarbeiter wurde an seiner Privatadresse aufgesucht, andere wurden (online) massiv angefeindet oder gar mit dem Tode bedroht. Eine Datenauswertung zeigt dabei den reaktionsschnellen und erfolgreichen Einfluss von Rechtsextremen und Rechtspopulist_innen in den sozialen Medien, die auch die redaktionellen Medien als Katalysator für die Verbreitung ihrer Feindbilder und Narrative nutzten. Vgl. Horn, Eva / Peteranderl, Sonja: »Umweltsau«-Skandalisierung. Die Empörungsmaschine läuft heiß. 30.12.2019: www.spiegel.de/netzwelt/web/wdr-umweltsau-skandalisierung-die-empuerungsmaschine-laeuft-heiss-a-1303164.html (11.06.2020)

4 Geschke Daniel / Klaßen, Anja / Quent, Matthias / Richter, Christoph: #Hass im Netz – Der schleichende Angriff auf unsere Demokratie. Eine bundesweite repräsentative Untersuchung. Juni 2019: www.blog.campact.de/content/uploads/2019/07/Hass_im_Netz-Der-schleichende-Angriff.pdf (11.06.2020)

5 ebd.

2. WAS TUN?

2.1 Online wie offline gilt: Wahrnehmen. Deuten. Handeln

Die Social-Media-Präsenz prägt das äußere Erscheinungsbild und Profil der Organisation, des Vereins, des Projekts etc. und betrifft daher nicht nur die unmittelbar für Social Media zuständige(n) Person(en), sondern alle. Eine interne Absprache sollte im Vorfeld klären, welche Strategie in den eigenen sozialen Medien verfolgt wird: Möchten Sie nur hin und wieder eigene Veranstaltungen, Statements oder Projekte bewerben und sich sonst zurückhalten? Oder möchten Sie täglich Beiträge, auch von externen Quellen, veröffentlichen und möglichst viel und schnell mit der eigenen Community kommunizieren? Diese Überlegungen bringen Klarheit darüber, wie viele Ressourcen und wie viel Infrastruktur aufzubringen sind, aber auch, wie in Krisen – zum Beispiel bei Anfeindungen durch Rechtsextreme und Rechtspopulist_innen – gehandelt werden soll:

- Wie viel Personal und Zeit stellen Sie für die Social-Media-Arbeit zur Verfügung?
- Kümmert sich eine bestimmte Person/ein eigenes Team nur um Social Media oder fällt dieser Aufgabenbereich der allgemeinen Öffentlichkeitsarbeit zu?

- Was braucht die zuständige Person oder das Team an Ausstattung (eigene Computer, Smartphones, Tablets, ein eigenes Büro...)?
- Wer sind die Ansprechpersonen?
- Was braucht die zuständige Person oder das Team an inhaltlicher Zuarbeit, etwa von Abteilungen oder der Leitung? Gibt es beispielsweise gemeinsam verabschiedete und aktualisierte Wording?
- Sind (in Krisensituationen) Kommunikationswege und Aufgabenverteilung geklärt?
- Gibt es genug Raum für interne Verständigung, zum Beispiel regelmäßige Reflexion der eigenen Arbeit und Verständigung über individuelle und kollektive »rote Linien«?

Egal, für welche Art von Social-Media-Strategie Sie sich entscheiden – bei diskriminierenden und herablassenden Beiträgen ist es wichtig, dass die eigenen Moderator_innen und Redakteur_innen nicht auf sich allein gestellt sind. Sie müssen wissen, was sie tun sollen und dabei Unterstützung von den Kolleg_innen und der Leitung erhalten. Sie sollten Ruhe bewahren und nicht voreilig, sondern auf Grundlage gemeinsam getroffener Absprachen handeln und ggf. Rücksprache halten.

Die Zuständigen sollten sensibilisiert genug sein, um in diesem dynamischen Bereich des Rechtsextremismus und Rechtspopulismus nicht nur offene Hetze, sondern auch versteckte, indirekte, codierte etc. Nachrichten und Kommentare zu erkennen,

sie richtig einzuordnen und situationsbezogen handeln zu können. Wichtig ist, zu klären:

- Was sind Rechtsextremismus, Rechtspopulismus und Rassismus und welche sind ihre »zeitgemäßen« Erscheinungsformen?
- Wann handelt es sich um Antisemitismus und Verschwörungserzählungen? Welches Spektrum bedient derzeit eine solche Rhetorik und Argumentation? Mit welchem Ziel? Welches Weltbild verbirgt sich dahinter?
- Wo hört Kritik auf und fängt Hetze an?
- Handelt es sich bei den problematischen Beiträgen, Kommentaren, Zustimmungen etc. eher um »Mitläufer_innen« oder kommen sie von organisierten Rechtsextremen oder Rechtspopulist_innen?
- Möchten Sie mit dem besseren Argument überzeugen und sich auf eine Diskussion einlassen oder ist es Ihnen zunächst wichtig, dass Sie sich überhaupt positionieren?

Für solche Positionierungen und Statements können Satzbausteine vorbereitet werden, die sich aus dem Leitbild der Organisation, der Einrichtung oder des Projekts ergeben oder aber eigens für den Bereich Social Media (und Öffentlichkeitsarbeit) entwickelt werden. Für alle Ebenen – Wahrnehmung, Deutung, Handlung – kann Hilfe von externen Projekten wie zum Beispiel der MBR in Anspruch genommen werden.

2.2 Persönliche Daten schützen

In der Regel erheben soziale Medien keine Nutzungsgebühren. Sie profitieren jedoch von einer anderen Art »Währung«, nämlich den persönlichen Daten. Diese werden von Nutzer_innen mit jeder Interaktion (Suchen, »Likes«, Kommentare, Veranstaltungszusagen etc.) meist unbemerkt – und meist wohl auch ungewollt – preisgegeben und aktualisiert. Unternehmen wie Facebook, Twitter und YouTube verarbeiten diese Daten mit personalisierter Werbung und schneiden so ihre Inhalte auf Nutzer_innen zu. Gleichzeitig werden die Plattformen gesetzlich dazu verpflichtet, einen sensiblen und vertraulichen Umgang mit diesen Daten zu garantieren. Das Thema »Datenschutz« und »digitale Plattformökonomie« wird kontrovers diskutiert. Vor dem Hintergrund der Anfeindungen durch Rechtsextreme und Rechtspopulist_innen ist es in jedem Fall ratsam, nur so viele persönliche Daten öffentlich zur Verfügung zu stellen wie unbedingt nötig und eine Verknüpfung privater Auftritte und Nutzungen (zum Beispiel mit dem individuellen Account) mit solchen für den Arbeitgeber zumindest zu überdenken. Einige Schritte könnten sein:

- Prüfen Sie die »Privatsphäre«-Einstellungen der einzelnen Plattformen und passen Sie diese gegebenenfalls an.
- Klären Sie innerhalb des Teams, welche Ansprechbarkeit in Form von Namen und Fotos für Ihre Webauftritte wirklich notwendig ist.

– Verwenden Sie beim Anmelden Ihrer Homepage keine Privatadresse, sondern wenn möglich die Büroadresse.

2.3 Netiquette veröffentlichen und durchsetzen

Die Netiquette regelt, wie Nutzer_innen in den sozialen Medien diskutieren sollen – und wie nicht. Sie ist eine Art »digitale Hausordnung«, durch die Sie gemeinsam mit – falls vorhanden – dem Leitbild oder dem Selbstverständnis Ihrer Organisation, Ihrer Einrichtung oder Ihres Projekts auch den Kommunikations- und Handlungsrahmen festlegen können. Denn warum sollte der digitale Raum anders als der analoge Raum behandelt werden, in dem Sie ja ebenfalls gewisse Verhaltens- und Diskussionsregeln aufstellen und gewährleisten, dass diese auch eingehalten werden. Die Netiquette richtet sich an Ihre gesamte Community. Sie macht transparent, dass auf problematisches Verhalten mit starken moderierenden Maßnahmen wie Löschen von Kommentaren oder Sperren von Nutzer_innen reagiert werden kann. Noch viel wichtiger ist aber die Botschaft an die Mehrheit der Nutzer_innen, die gemäß solcher Regeln diskutieren wollen und

vermittelt bekommen, dass sie sich hier in einem »digitalen Schutzraum« befinden: »Wer menschenverachtende Beiträge zulässt, verändert den demokratischen Diskurs. Der schließt Menschen aus, die im Internet verbal angegriffen werden, weil die sich aus Diskursen zurückziehen und dann nicht mehr repräsentiert sind in der schönen, neuen und angeblich für alle zugänglichen Internet-Welt.«⁶

Für die Erstellung einer guten Netiquette sollten Sie einige Faustregeln beachten: Die Regeln sollten nachvollziehbar, übersichtlich und knapp formuliert sein. Sie sollten explizit benennen, was nicht erwünscht ist. »Strafmaßnahmen« (Blockieren, Sperren, Löschen etc.) gehören ausformuliert und gemäß Ankündigung dann auch umgesetzt. Gleichzeitig sollten Sie das Ziel der konstruktiven Debatte betonen. Für die Akzeptanz in der eigenen Community ist eine authentische, also zielgruppenorientierte Ansprache hilfreich; reden und schreiben Sie, wie Sie es aus Ihrem Tätigkeitsumfeld gewohnt sind. Die Nutzer_innen sollen darin bestärkt werden, die Netiquette auch als Argumentationshilfe zu benutzen und selbst bei diskriminierenden Beiträgen aktiv zu werden. Die Netiquette sollte in Ihrer Seiteninfo, Ihrer Profilbeschreibung oder an ähnlich prominenter und schnell einsehbarer Stelle angekündigt und verlinkt sein. Änderungen der Netiquette sollten Sie transparent machen.

6 Rafael, Simone / Ritzmann, Alexander: Das ABC des Problemkomplexes Hassrede, Extremismus und NetzDG. In: Baldauf, Johannes / Ebner, Julia / Guhl, Jakob (Hrsg.): Hassrede und Radikalisierung im Netz. Der OCCI-Forschungsbericht. London, Washington DC, Beirut, Toronto: ISD 2018, S.11

BEISPIEL 1:

Netiquette des Hauses der Kulturen der Welt

Herzlich Willkommen auf der offiziellen Facebook-Seite des Haus der Kulturen der Welt. Wir laden euch ein, unsere Beiträge, Fotos und Videos zu kommentieren und euch an Diskussionen zu beteiligen. Über Vorschläge, Anregungen und Kritik freuen wir uns jederzeit.

Für den Umgang miteinander bitten wir euch, gewisse Grundsätze zu beachten und einzuhalten: Bitte bleibt allen Personen gegenüber fair und begegnet anderen Meinungen, Kulturen, Religionen, sexuellen Orientierungen, Ethnien, Nationalitäten und deren Vertreter*innen mit Respekt.

Wir behalten uns vor, folgende Beiträge zu löschen:

- rassistische, sexistische und auf andere Weise diskriminierende oder diskreditierende Äußerungen
- respektlose, beleidigende oder verletzende Kommentare
- Inhalte, die gegen geltendes Recht verstoßen, z.B. gegen das Urheberrecht
- Spam und Werbung sowie Inhalte, die wenig bis gar nichts mit dem ursprünglichen Thema zu tun haben

Zusammengefasst: kein Spamming, Trolling oder Bashing!

Vielen Dank für euer Verständnis - und viel Spaß beim Diskutieren!

Facebook-Account des Hauses der Kulturen der Welt:

www.facebook.com/notes/haus-der-kulturen-der-welt/netiquette/10156228473356827/ (17.07.2020)

BEISPIEL 2:

Hertha BSC: Netiquette für die Hertha-Community

Liebe Herthanerinnen, liebe Herthaner,

schön, dass ihr hier seid! Auf unserer Facebook-Seite habt ihr die Möglichkeit, euch über unseren Verein zu informieren und auszutauschen. Gerne könnt ihr Fragen stellen, miteinander diskutieren, eure Meinung vertreten. Dabei bitten wir euch, einige Regeln einzuhalten, damit das Miteinander gut funktioniert, Spaß macht und vor allem: immer fair bleibt.

Nicht nur auf dem Spielfeld, auch bei uns gelten Spielregeln:

- begegnet eurem Gegenüber stets mit Respekt
- erkennt die Vielfalt unserer Gesellschaft innerhalb und außerhalb von Hertha BSC an und beschützt sie aktiv

Was wir uns wünschen:

- einenmunteren, themenbezogenen Meinungs austausch mit verschiedenen Ansichten
- einen respektvollen Ton – alle Meinungen sind erlaubt, solange sie sachlich formuliert und sprachlich angemessen sind
- konstruktive Kritik und Hinweise

Was wir nicht dulden:

- Beleidigungen und Beschimpfungen einzelner Personen und Personengruppen
- Diskriminierung jeglicher Art, wie Rassismus oder Sexismus, Antisemitismus oder Homophobie. Dies gilt auch für das Teilen von Links, die auf solche Inhalte verweisen. Wir behalten uns vor, diese zur Anzeige zu bringen
- »off-topic«-Kommentare, die nichts mit Hertha BSC und dem jeweiligen Beitrag zu tun haben
- Drohungen, Verschwörungstheorien, Werbung oder Aufrufe zu Straftaten

Was passiert, wenn ihr euch nicht an die Netiquette haltet:

Wir handeln als Schiedsrichter und verfolgen eure Kommentare. Je nach Schwere des Verstoßes behalten wir uns vor,

- euch eine gelbe Karte zu zeigen und euch auf Verstöße hinweisen
- unangemessene Kommentare zu löschen und diese ggf. anzuzeigen
- euch die gelb-rote Karte zu zeigen und euch temporär zu sperren
- euch die rote Karte zu zeigen und für unsere Seite zu sperren, wenn ihr mehrmals gegen die Netiquette verstoßt.

Wir hoffen, euch mit dieser Netiquette ein paar hilfreiche Ratschläge mit auf den Weg gegeben zu haben.

Bitte haltet euch an unsere Vorgaben, damit wir unsere gemeinsame Leidenschaft für Hertha BSC freundlich, fair und respektvoll teilen können. Euer Hertha BSC-Online-Team

Facebook-Account von Hertha BSC:

www.facebook.com/notes/hertha-bsc/netiquette-f%C3%BCr-die-hertha-community/10156514417235429 (17.07.2020)

2.4 Handlungsempfehlungen für den Umgang mit rechtsextremen und rechtspopulistischen Anfeindungen in sozialen Medien



Aufmerksamkeit kanalisieren

Vor allem mit Blick auf die eigenen Ressourcen kann es sinnvoll sein, auf zwar problematische, aber (noch) nicht grenzüberschreitende Beiträge einzelner Nutzer_innen nicht direkt zu antworten. Besonders durch Reaktionen seitens der Moderator_innen können diese sich bestätigt und bestärkt fühlen, sich weiter zu äußern und immerzu im Wortsinn das letzte Wort zu beanspruchen. Das kann in einen zermürenden und nicht zielführenden Schlagabtausch führen, der an falscher Stelle zu viel Aufmerksamkeit und Aufwand beansprucht. Solche Beiträge gänzlich zu ignorieren, kann allerdings von der Community als passiv und fahrlässig aufgefasst werden. Daher gilt es abzuwägen und vielleicht im Team schon im Vorhinein durchzuspielen, ob, wie und in welchem Sinne (adressiert an die hetzende Person oder an die wohlmeinende Community) Sie kommunizieren.



Gegenrede (Kommentieren, Argumentieren, Positionieren)

Eine Interaktionsmöglichkeit mit diskriminierenden Aussagen besteht in der Gegenrede. Diese kann sehr unterschiedlich ausfallen:

- Sie können eine bewusst irritierende oder komische (Gegen-)Frage stellen, um das Verhalten des Gegenübers zu spiegeln und damit zu entkräften.
- Sie können auf die Macht der Bilder und des Humors setzen und Grafiken verwenden, die Hetze als solche markieren.
- Sie können auf Fachwissen zurückgreifen und eine passgenaue, fundierte Gegenargumentation formulieren.
- Sie können sich auf Grundlage Ihrer Organisation, Ihrer Einrichtung oder Ihres Projekts positionieren, indem Sie auf bereits veröffentlichte Statements, Positionierungen etc. hinweisen.
- Sie können die Gegenrede »delegieren« und einen Link zu einem Beitrag setzen, der die Ihnen vorschwebende Argumentation ausführlich darlegt.

Es gibt noch viele weitere Möglichkeiten der Gegenrede. Letztendlich liegt die Entscheidung bei Ihnen, welche Form der Gegenrede Ihrem allgemeinen Auftritt in den sozialen Medien am besten entspricht. Jedenfalls haben Gegenreden eine positive Signalwirkung insofern, als die

Moderator_innen die praktische Realisierung des demokratischen Potentials von Social Media zeigen. Gleichzeitig können rechtsextreme und rechtspopulistische Argumentationsstrategien benannt, aufgedeckt und entkräftet werden. Gegenrede ist allerdings derjenige Umgang, der am meisten Ressourcen beansprucht: Erstens müssen die Moderator_innen inhaltlich gut geschult und handlungssicher sein, zweitens braucht es neben sehr präzisen Kriterien, wann und wo Gegenrede platziert wird, viel Zeit und gegebenenfalls Personal. Deshalb wird grundsätzlich die Unterstützung von einer aktivierten, sensibilisierten Community benötigt, um so gemeinsam für einen digitalen Schutzraum frei von herabwürdigender und antidemokratischer Haltung zu sorgen.



Ausblenden, Löschen, Blockieren

Eine offensivere Handlungsmöglichkeit besteht im Entfernen von diskriminierenden Beiträgen und im Sperren der Urheber_innen. Dieser Praxis wird oft mit einer gewissen Scheu begegnet, da Moderator_innen die Meinungsfreiheit nicht einschränken möchten. Meinungsfreiheit bedeutet allerdings nicht, dass alles Gesagte oder Geschriebene widerspruchsfrei hingenommen werden muss – vor allem dann nicht, wenn andere Nutzer_innen oder gesellschaftliche Gruppen angegriffen werden und der »digitale Schutzraum«

verletzt wird. Die »roten Linien« sollten dafür so klar wie möglich definiert sein. Mit Rücksicht auf die Netiquette ist es daher nicht nur legitim, sondern konsequent und verantwortungsbewusst, die aufgestellten Regeln auch durchzusetzen und bestimmte Inhalte zu entfernen und Nutzer_innen zu melden⁷ oder zu sperren – am besten mit einer Begründung.



Solidarisieren und Bestärken

Ausdruck einer aktiven Community ist es, wenn herablassendem und diskriminierendem Verhalten nicht nur vonseiten der Moderator_innen entgegengetreten wird, sondern andere Nutzer_innen sich in die Diskussion begeben, Paroli bieten und wenn nötig »STOP« sagen. Schließlich besteht eine aktive und selbstbestimmte Demokratie im analogen wie auch im digitalen Raum darin, dass nicht immer die offiziell Zuständigen bei Regelverstößen die Stimme erheben, sondern alle, die diese Räume nutzen, für einen fairen und solidarischen Umgang miteinander sorgen. Dabei werden häufig diese achtsamen Nutzer_innen selbst zur Zielscheibe von Rechtsextremen und Rechtspopulist_innen. Der Schutz und das Vermitteln eines allgemeinen Sicherheitsgefühls für alle Nutzer_innen ist eine der zentralen Verantwortlichkeiten für Moderator_innen und Administrator_innen. Analog wie digital gilt, nicht zu dulden, wenn einzelne Nutzer_innen für ihre

7 Das Netzwerk No Hate Speech hat übersichtlich dargestellt, wo sich Beiträge bei verschiedenen sozialen Medien melden lassen können. No Hate Speech: Was kann ich gegen Hate Speech tun? no-hate-speech.de/de/wissen/#was-kann-ich-gegen-hate-speech-tun (12.06.2020)

Meinung, ihr Engagement oder Ähnliches gezielt beleidigt, eingeschüchtert oder bedroht werden. Den Betroffenen und den Gegenredner_innen sollte daher sichtbar der Rücken gestärkt werden – als Signal an die aktiven Nutzer_innen wie auch an die zustimmenden, »stillen Mitleser_innen«. Dies kann zur Folge haben, dass die Erwiderung auf Hetze vermehrt durch die eigene Community erfolgt und diese sich dahingehend selbst organisiert, sodass langfristig Ressourcen der Moderator_innen geschont werden können.



Dokumentieren

Jegliche Form von Hetze in den eigenen sozialen Medien sollte dokumentiert werden. Dieser Schritt ist aus mehreren Gründen wichtig: Einerseits können solche Dokumentationen, zum Beispiel erstellte Screenshots und Ähnliches, in justiziablen Fällen wichtiges Beweismaterial sein, andererseits hilft eine solche Sicherstellung und Sammlung bei den eigenen Verabredungen zum Umgang mit Hetze im Netz. Anhand dieser Beispiele lassen sich beispielsweise Formulierungen für Entgegnungen entwickeln und aktualisieren. Zudem verändern sich rechtsextreme und rechtspopulistische Narrative in sozialen Medien besonders schnell,

daher kann eine eigene Dokumentation solche Tendenzen über längere Zeiträume hinweg belegen, Vergangenes gegebenenfalls noch einmal aufrufen und die Beobachtungen auch anderen im Team zur Verfügung stellen. Für die korrekte Dokumentation von Hass und Hetze können Sie sich externe Unterstützung holen, zum Beispiel beim Projekt HateAid oder bei der MBR.



Zur Anzeige bringen

Viele menschenverachtende Aussagen werden von der Meinungsfreiheit gedeckt oder bewegen sich in einer juristischen Grauzone. Rechtsextreme und Rechtspopulist_innen kennen meist diesen Grenzbereich und reizen ihn häufig aus, ohne eine Straftat zu begehen. Doch seitdem große soziale Medien wie Facebook und Twitter im Zuge rassistischer Mobilisierungen wie PEGIDA zu Plattformen für Hetze instrumentalisiert wurden, haben sie gemeinsam mit Politik und Zivilgesellschaft reagiert und ihre Regeln angepasst und verschärft. Die Sensibilität und das Bewusstsein für rechtsextreme und rechtspopulistische Hetze haben zugenommen und Strafverfolgungsbehörden gehen konsequenter dagegen vor. Einerseits wurden die Plattformen mit dem sogenannten »NetzDG«⁸ politisch verpflichtet,

⁸ Das »Netzwerkdurchsetzungsgesetz« ist seit dem 01.01.2018 in Kraft und verpflichtet die großen Social-Media-Plattformen, »offensichtlich rechtswidrige Inhalte« nach Kenntnisaufnahme (in der Regel gemeldet durch Nutzer_innen) binnen 24 Stunden bzw. sieben Tagen zu löschen. Darüber hinaus werden sie dazu verpflichtet, regelmäßige Berichte zu liefern. Bei Verstößen drohen Bußgelder in Millionenhöhe. Das Gesetz wird von verschiedenen Seiten sehr kontrovers diskutiert. Ein fortlaufend aktualisierter Überblick zu Nachrichten und Meinungen zum »NetzDG« findet sich hier: www.netzpolitik.org/tag/netzwerkdurchsetzungsgesetz/ (12.06.2020)

selbst aktiver und entschiedener gegen solche Beiträge vorzugehen. Andererseits werden vermehrt strafrechtliche Sanktionen wie eine Geld- oder eine Freiheitsstrafe nach diversen Paragrafen im Strafgesetzbuch verhängt.⁹ Das Bundeskriminalamt, die Landeskriminalämter und einige Polizeistellen haben dafür eigene Meldeformulare zur anonymisierten Online-Anzeige eingerichtet. In einigen Bundesländern wurden spezialisierte Staatsanwaltschaften eingerichtet sowie Pilotprojekte gestartet, in denen diese Staatsanwaltschaften zusammen mit zivilgesellschaftlichen Akteur_innen und den Betreiber_innen der verschiedenen sozialen Medien gemeinsam gezielter und effektiver gegen Hass und Hetze im Netz vorgehen wollen.

⁹ Das Netzwerk No Hate Speech ist dieser Frage nachgegangen und hat die Gesetzeslage in Hinblick auf Hass und Hetze in den sozialen Medien kompakt dargestellt: No Hate Speech: Welche Gesetze gibt es gegen Hate Speech? www.no-hate-speech.de/de/wissen/welche-gesetze-gibt-es-gegen-hate-speech/ (12.06.2020)

Dieses Pack gehört gesteigt und an die Wand gestellt.
Allen voran diese erbärmliche Drecksau von OB Jung,
dieser Voll-Assi.

Konsequenz: 1.380 Euro Strafe

Ich bin dafür, dass wir die Gaskammern wieder öffnen
und die ganze Brut da reinstecken.

Konsequenz: 4.800 Euro Strafe

Sogesehen [sic!] haben die Juden am Holocaust des
2. Weltkrieges auch selber schuld. Vor allem die im
Warschauer Ghetto...

Konsequenz: 5.000 Euro Strafe

Merkel muss öffentlich gesteigt werden.

Konsequenz: 2.000 Euro Strafe

Facebook-Account von Stiftung Warentest:

www.facebook.com/stiftungwarentest/photos/der-ton-im-internet-ist-in-den-letzten-jahren-zunehmend-rauer-geworden-beleidigt/10154838513143332 (17.07.2020)

3. TONANGEBEND BLEIBEN

Es kann anstrengend sein und mitunter müßig erscheinen, rechtsextreme und rechtspopulistische Dynamiken in den eigenen sozialen Medien konsequent zu unterbinden. Doch vor dem Hintergrund der gesellschaftspolitischen Polarisierung sowie der hohen Bedeutung des digitalen Raums für Kommunikation und Beteiligung ist es notwendig, für ein dialogisches »egalitäre[s], elektronische[s], globale[s] Dorf« zu

streiten, »in dem es keine Rasse, Geschlecht oder Schwächen geben würde«. ¹⁰ Die direkte und in Echtzeit stattfindende Interaktion mit Ihrer Community kann Ihre Arbeit demokratisch und partizipativ gestalten – Werte, die von großer Bedeutung sind. Achten Sie daher bei aller aufreißenden, aber notwendigen Regulierungsarbeit mit rechtsextremen und rechtspopulistischen Störer_innen darauf, sich nicht von dieser Dynamik ergreifen zu lassen, bei der Gestaltung Ihrer sozialen Medien selbstständig zu bleiben und eigene Themen zu setzen.

ZUSAMMENFASSUNG

Auch digital gilt: Wahrnehmen. Deuten. Handeln

Faustregeln für den Umgang mit Online-Hetze:

- Vorbereiten: Teamintern klären, was der Social-Media-Auftritt leisten soll
- Moderieren: Auf den eigenen Seiten die Regeln festlegen, Einhaltung sicherstellen
- Verstöße identifizieren und einordnen
- Verstöße konsequent und transparent ahnden
- Beiträge sichern, melden, und ggf. Anzeige erstatten
- Solidarität statt Hetze – die eigene Community organisieren und ermutigen
- (Wieder) Eigene Themen setzen

¹⁰ Tynes, Brendesha, zitiert nach Quent, Matthias: Zivilgesellschaft. »Das globale Dorf verteidigen: Strategien gegen den kulturellen Backlash in sozialen Medien.« In: Baldauf, Johannes / Ebner, Julia / Guhl, Jakob (Hrsg.): Hassrede und Radikalisierung im Netz. Der OCCI-Forschungsbericht. A.a.O., S. 48-54.

4. VERWEISE

HateAid

hateaid.org

Die Ratgeber-Plattform für Opfer von Hass im Netz. HateAid begleitet und unterstützt Betroffene von Hass und Hetze im Netz, in juristischen Verfahren.

Bundesverband der Recherche- und Informationsstellen Antisemitismus e.V. (Bundesverband RIAS)

report-antisemitism.de

Bei RIAS können Sie antisemitische Vorfälle im analogen wie auch im digitalen Raum melden. RIAS vermittelt auch kompetente psychosoziale juristische, Antidiskriminierungs-, Opfer- oder Prozessberatung.

Netzpolitik.org

netzpolitik.org

Auf dieser Plattform für digitale Freiheitsrechte werden Fragestellungen rund um die Themen Internet, Gesellschaft und Politik behandelt.

#ichbinhier

ichbinhier.eu

#ichbinhier ist eine Gruppe, deren Mitglieder in den Kommentarspalten mitdiskutieren und Betroffene von rechter Hetze unterstützen.

No Hate Speech Movement

no-hate-speech.de

Ziel dieser europaweiten Kampagne ist es, Hetze im Internet erkennbar zu machen, Gegenreaktionen zu entwickeln und Betroffenen zu helfen.

Verband der Beratungsstellen für Betroffene rechter, rassistischer und antisemitischer Gewalt (VBRG)

verband-brg.de

Die im Dachverband zusammengeschlossenen Beratungseinrichtungen beraten und unterstützen direkt Betroffene ebenso wie Zeug_innen und Angehörige: kostenlos, vertraulich, vor Ort, parteilich im Sinne der Betroffenen.

Civic.net


amadeu-antonio-stiftung.de/projekte/civic-net-aktiv-gegen-hass-im-netz/

Civic.net stärkt die digitale Zivilgesellschaft, die konsequent gegen Hass und Abwertung eintritt.

Online Civil Courage Initiative (OCCI)

isdglobal.org/programmes/communications-technology/online-civil-courage-initiative-2

Die OCCI ist eine internationale Initiative, die mit fachlichen Einblicken aus Politik, Wissenschaft und Zivilgesellschaft Hetze im Internet entgegen möchte. Sie gibt regelmäßige Berichte über ihre Arbeit heraus.



Die **Mobile Beratung gegen Rechtsextremismus Berlin (MBR)** bietet im Rahmen ihrer Beratung Workshops zum Thema »Soziale Medien« an. Die kostenlosen Fortbildungen helfen Ihnen und Ihrem Team, handlungssicher mit rechtsextremen, rechtspopulistischen, rassistischen und antisemitischen Kommentaren und Drohungen im Netz umzugehen.

Wenn Sie Interesse an einem Workshop haben oder eine Beratung benötigen, melden Sie sich gerne jederzeit bei uns: **info@mbr-berlin.de**.

Der **Bundesverband Mobile Beratung e.V. (BMB)** ist eine Dachstruktur Mobiler Beratungsteams gegen Rechtsextremismus in ganz Deutschland: **bundesverband-mobile-beratung.de**.

Die MBR ist ein Projekt des »Vereins für Demokratische Kultur in Berlin e.V.« (VDK) und wird gefördert im Rahmen des Landesprogramms »Demokratie. Vielfalt. Respekt. – Gegen Rechtsextremismus, Rassismus und Antisemitismus« der Senatsverwaltung für Justiz, Verbraucherschutz und Antidiskriminierung sowie des Bundesprogramms »Demokratie leben!« des Bundesministeriums für Familie, Senioren, Frauen und Jugend.



mobile beratung gegen rechtsextremismus berlin
wahrnehmen. deuten. handeln

Senatsverwaltung
für Justiz, Verbraucherschutz
und Antidiskriminierung



Demokratie.
Vielfalt. Respekt.
In Berlin.

Das Landesprogramm

Gefördert vom

im Rahmen des Bundesprogramms



Bundesministerium
für Familie, Senioren, Frauen
und Jugend

Demokratie **leben!**