



Umgang mit Hass und Hetze in Sozialen Medien

Eine Handreichung für die Plattformen Facebook und Twitter



Das Projekt **#GleichImNetz** bietet Paritätischen Mitgliedsorganisationen Anregungen und Hilfestellungen für ihr Engagement im Internet.

Das Projekt **„Beratung gegen Rechts“** beim Paritätischen Gesamtverband stärkt und vernetzt Initiativen und Einrichtungen der freien Wohlfahrtspflege und ihre haupt- und ehrenamtlichen Mitarbeiter*innen, die sich zunehmend Anfeindungen seitens rechter und rechtsextremer Akteure ausgesetzt sehen.



Impressum

Herausgeber



Der Paritätische Gesamtverband

Oranienburger Str. 13-14

10178 Berlin

Tel. 030 24636-0

Fax. 030 24636-110

Homepage: www.paritaet.org

Verantwortlich im Sinne des Presserechts

Dr. Ulrich Schneider

Redaktion

Christian Weßling, Der Paritätische Gesamtverband

Kay Schulze, Der Paritätische Gesamtverband

Fotos

Titelbild: von Prateek Katyal auf Unsplash / Eigene Bearbeitung

Gestaltung

Lena Plaut, Der Paritätische Gesamtverband

Berlin, 1. Auflage März 2020

CC-BY-SA



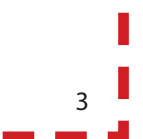
Gefördert vom:



Bundesministerium
für Familie, Senioren, Frauen
und Jugend

Inhalt

1. Einleitung	4
2. „Hate Speech“ und „Shit Storm“ - was ist das eigentlich und wie erkenne ich es?	5
3. Kurz erklärt: Wer hetzt und warum?	7
4. Prävention: Wie schütze ich mich und meine Organisation am besten vor Hate Speech und Shit Storms?	8
5. Gegenstrategien: Was tun im akuten Fall?	11
6. Gängige Hass- und Troll-Strategien und ihre Abwehr	15
7. Wie kann ich mich (auch) juristisch gegen Hass und Hetze im Netz schützen?	16
8. Weiterführende Hinweise, Literaturtipps, Online-Tools	18



1. Einleitung

Digitale Kommunikation und Soziale Medien wie Facebook oder Twitter brechen Grenzen auf, schaffen globale Kommunikationsräume, an denen prinzipiell alle teilnehmen können. Doch in dieser Offenheit gedeihen auch abschreckende Entwicklungen. Hate Speech ist zum verbreiteten und vieldiskutierten Phänomen geworden. Tritt es massiv und gebündelt ein, wird es zum Shitstorm.

Besonders verbreitet sind politisch motivierte Hasskommentare und Shitstorms. Hier wird nicht einfach nur reflexhaft Ärger Luft gemacht: Politische Gegner*innen sollen gezielt zum Verstummen gebracht werden, durch Diffamierung, Einschüchterung und Bedrohung.

Bekannt werden meist nur die prominenten Fälle, jedoch ist Hate Speech längst zum Massenphänomen geworden. 40 Prozent aller Internetnutzer*innen haben Hate Speech bereits wahrgenommen, je jünger die Nutzer*innen sind, desto häufiger trifft dies zu. Mehr als die Hälfte (54 Prozent) aller Internetnutzer*innen geben an, sich aufgrund von (drohenden) Hasskommentaren seltener politisch im Netz zu äußern.¹

Ob gezielt oder aus individuellen Motiven, der Befund ist klar: Hate Speech schränkt die Meinungsfreiheit im Netz ein und führt zu einer verzerrten Wahrnehmung der Realität. Wenn Hasskommentare die Sozialen Medien dominieren, entsteht der Anschein, dass sie eine gesellschaftliche Mehrheitsmeinung abbilden.

Die in der Gesellschaft bereits bestehenden Diskriminierungsformen werden durch Hate Speech verstärkt, denn Hauptzielgruppen von Hass im Netz sind LGBTIQ*, gefolgt von Muslim*innen und Frauen.²

Wir wollen mit dieser Broschüre Gruppen und Personen beistehen, die von Hass im Netz betroffen sind, und verhindern, dass Betroffene aus Ratlosigkeit sprachlos werden.

Auf den folgenden Seiten erklären wir Strategien und Wirkungsweise von Hass im Netz, bieten einen Überblick über präventive Maßnahmen gegen Hate Speech und Umgang mit Shit Storms.

Zudem geben wir einen Überblick über technische Möglichkeiten für die Plattformen Facebook und twitter, stellen juristische Handlungsoptionen vor und stellen eine Auswahl von Beratungsstellen sowie Meldestellen bei Anti-Hate Speech-Initiativen und Behörden vor.

Zur weiteren Vertiefung des Themas führen wir schließlich im Anhang weiterführende Literatur auf.

¹https://blog.campact.de/wp-content/uploads/2019/07/Hass_im_Netz-Der-schleichende-Angriff.pdf

²Umfrage des Europarates, 2015

2. „Hate Speech“ und „Shit Storm“ - was ist das eigentlich und wie erkenne ich es?

„Hate Speech“ - zu deutsch „Hasssprache“, auch „Hassrede“ - ist ein Sammelbegriff für eine ganze Bandbreite von Äußerungen. Hate Speech richtet sich in der Regel gegen (meist sowieso schon benachteiligte) gesellschaftliche Gruppen respektive ihnen angehörige Einzelpersonen, um diese abzuwerten oder zu bedrohen. Hate Speech artikuliert also gruppenbezogene Menschenfeindlichkeit, z.B. in Form von Rassismus, Sexismus, oder Homophobie. Hate Speech zeichnet sich außerdem dadurch aus, nicht konstruktiv zu einer Debatte beizutragen, sondern durch destruktive Kritik, Unterstellungen, Schmähungen, Beleidigungen, Bedrohungen, Hassausdrücke oder persönliche Angriffe Wirkung zu entfalten.

Hate Speech ist kein neues Phänomen, hat aber mit Hilfe der Sozialen Medien, ihrer Offenheit einerseits und ihrer zunehmenden Relevanz für den öffentlichen Diskurs andererseits stark an Verbreitung und Einfluss gewonnen. Dadurch ist Hate Speech zu einem politischen und politisch umkämpften Begriff geworden. Er erfordert, sich zu positionieren, welche Aussagen und welcher Ton in einem demokratischen Gemeinwesen noch als tolerierbar gelten sollen und welche nicht. Als Vertreter*innen der Wohlfahrtspflege, die wir mit zahlreichen gesellschaftlich benachteiligten Gruppen arbeiten, ist es uns ein wichtiges Anliegen, klar Position zu beziehen und Grenzen zu markieren, um besonders verletzte Gruppen nicht ungeschützt zu lassen.

„Shit Storm“, zu deutsch „Sturm aus Scheiße“, bezeichnet eine Menge empörter oder wütender Rückmeldungen, die in hoher Anzahl und dichter zeitlicher Folge eintreffen. Manche Shit Storms wenden sich gegen echte oder vermeintliche Missstände und äußern sich in einer Masse an Wut- oder auch Spottbotschaften. Mittlerweile bekannter und berüchtigt sind Shit Storms, die politisch motiviert sind und massenhaft Hate Speech nach obiger Definition anwenden. Diese entstehen häufig koordiniert oder organisiert und verfolgen die merkbare Absicht, das oder die Opfer einzuschüchtern, abzuschrecken, arbeitsunfähig zu machen. Sofern solch ein Shit Storm keine neue Nahrung findet (oder sie ihm gegeben wird), ist er in der Regel nach zwei bis drei Tagen vorüber.

Diese beiden Formen haben unterschiedliche Ursachen und legen verschiedene Reaktionsstrategien nahe, die mit Hilfe dieser Handreichung abgewogen werden können. In der Praxis können sie freilich ineinander übergehen, wenn etwa auf einen Hate Speech-Shit Storm unbedacht geantwortet wird und dies öffentliche Kritik herausfordert; oder wenn ein Schub an Organisationskritik von Rechten entdeckt wird und diese ihre politisch motivierten Hate Speech-Beiträge obendrauf setzen.

TIPP

Als eine der möglichen Gegenmaßnahmen zum Shit Storm wird häufig der „Candy Storm“ oder „Love Storm“ eingesetzt. Dies bezeichnet eine organisierte Masse lobender und unterstützender Botschaften.

3. Kurz erklärt: Wer hetzt und warum?

Debatten in virtuellen Räumen haben erheblichen Einfluss darauf, wie Menschen, die Soziale Medien regelmäßig nutzen, die wirkliche Welt wahrnehmen und interpretieren. Die Logik der gängigen Plattform belohnt die Zuspitzung von Themen und kommt damit jenen entgegen, die Diskussionen zu polarisieren verstehen: Beiträge, die viel Interaktion verursachen, erzielen eine hohe Reichweite, d.h. sie werden überdurchschnittlich vielen Nutzer*innen angezeigt. Da kann eine ausgewogene und differenzierte Ausdrucksweise zumeist nicht mithalten, mit fatalem Effekt: Sachliche und meist auf faktische Korrektheit bedachte Beiträge (auch Richtigstellungen) sind gegenüber aufstachelnden, polarisierenden Botschaften strukturell im Nachteil, unabhängig von deren Wahrheitsgehalt.

Wer setzt Hate Speech ein?

Bei weitem nicht alle Nutzer*innen setzen hasserfüllte und übergriffige Kommentare taktisch motiviert ein. Oft ist es ein **grundsätzliches Misstrauen gegenüber Politik und Medien**, das dazu führt, dass Fakten negiert und dem Bedürfnis nach vermeintlich einfachen Antworten auf komplexe Themen nachgegangen wird. Es gibt im Netz eine ganze Reihe von Anhänger*innen von Verschwörungstheorien, auf die das zutrifft. Aus einer solchen Perspektive, die z.B. politischen Entscheidungen und dem Handeln von Bund/Länder/Kommunen stets unterstellt, dass sie auf unlauteren Motiven beruhen und die Interessen der Bevölkerung bewusst missachten würden, erscheint auch die Arbeit sozialer Einrichtungen in ihrem Dienst an der Gesellschaft als illegitim. Entsprechend unzugänglich und unversöhnlich treten Kommentator*innen auf, die ihrer Wut und Angst – oder schlicht der reinen Lust am Beschimpfen und Herabwürdigen anderer – in den Kommentarspalten Ausdruck verleihen.

In den Sozialen Medien lassen sich Themen platzieren und Meinungen verbreiten, die in den klassischen Medienformaten wie Print und TV keinen oder nur wenig Widerhall finden. Das machen sich unter anderem **rechtsextreme Netzwerke** zu Nutze, deren auf offener Abwertung unerwünschter Gruppen basierende Propaganda sich schnell verbreiten kann. Verstärkt wird der Effekt durch das Ausbleiben von moderativem Eingreifen auch bei klar menschenfeindlichen und rechtswidrigen Aussagen durch die Betreiber*innen der Accounts wie der Plattformen selbst. So ermutigt, können sich auch die Vertreter*innen von menschenfeindlichen Positionen unter Gleichgesinnten fühlen; neutralen Beobachter*innen kann das Gesagte als legitime Meinung erscheinen. In den so entstehenden Online-Gemeinschaften können neue Anhänger*innen geworben und zu gemeinsamen Aktionen mobilisiert werden. Durch die gegenseitige Bestätigung und Wiederholung der immer gleichen Inhalte über lange Zeiträume hinweg bilden sich feste Zusammenhänge und Gruppen mit ebenso festen Weltanschauungen. Diese Anschauungen sind oft so geartet, dass jegliches Infragestellen nicht nur abgewehrt, sondern sogar als inhaltliche Bekräftigung verstanden wird: Die Gemeinschaften immunisieren sich selbst und bilden sogenannte „Echokammern“.

Auch die sogenannte **Alternative für Deutschland** bedient sich auf ihren Social Media Kanälen dem Mittel der Erzeugung von Empörung und Wut, um ihre Anhänger*innen zu mobilisieren und an sich zu binden. Durch geschickte Moderation gelingt es insbesondere auf Facebook den Eindruck eines widerspruchsfreien Diskussionsraums zu erwecken, da abweichende Meinungen oder Richtigstellungen falscher Tatsachenbehauptungen konsequent gelöscht werden. Auf Twitter gibt es diese Funktion nicht: Einzelne Kommentare können hier nicht gänzlich entfernt werden. Daher ist die oben beschriebene Vorgehensweise auf dieser Plattform nicht erfolgreich. Darüber hinaus existieren **Gruppen und Netzwerke von Online-Aktivist*innen**, die sich über Messenger-Dienste organisieren und mittels Massen-

aktionen gezielt politisch missliebige Institutionen, Medien oder Personen angreifen. Ein Beispiel hierfür ist das (inzwischen aufgelöste) rechtsextreme, militärisch-hierarchisch organisierte Netzwerk „Reconquista Germanica“, welches im Bundestagswahlkampf 2017 bekannt wurde und dessen erklärtes Ziel die Unterstützung der AfD sowie die Bekämpfung ihrer Gegner*innen war.

In jedem dieser Bereiche arbeiten Akteure mit einem oder mehreren Profilen, die keinen Rückschluss auf ihre Identität zulassen – sogenannten Fake-Profilen. Bei organisierten rechten Shit Storms ist es nicht unüblich, dass eine Person mit mehreren Fake-Profilen gleichzeitig ihre Attacken ausführt; teilweise werden diese sogar automatisiert, man spricht dann von Bots. Auf diese Weise wird mehr Masse suggeriert, als tatsächlich da ist.

Was beabsichtigen die Akteure?

Beabsichtigt ist gleichermaßen die Aufwertung und Motivation der eigenen Anhängerschaft und die Entmutigung bzw. Verunsicherung der Gegenseite. Dies kommt insbesondere zum Tragen, wenn die Empörung der „Follower“ bzw. „Fans“ gezielt auf individuelle Profile oder Seiten von politischen Kontrahent*innen gelenkt und zum Verfassen kritischer Kommentare aufgefordert wird.

Ein solches Vorgehen hat mehrere Vorteile. Die große Menge an kritischen, teils beleidigenden Kommentare wirkt einschüchternd auf die ausgewählten Zielprofile (insbesondere Privatpersonen, aber auch Organisationen) und drängt sie in die Defensive. Die Botschaften der davon Betroffenen gehen meist unter. Dies wird durch die im Hintergrund wirkende Programmierung der Plattformen zusätzlich verstärkt, da die negativen Kommentare durch eine hohe Anzahl an „Reaktionen“ (auf Facebook) oder „Favs“ (auf Twitter) standardmäßig als erstes angezeigt werden.

Zweitens kann durch den massenhaften Zuspruch zu negativen Kommentaren der Eindruck erweckt werden, es handele sich dabei um die Meinung einer zahlenmäßigen Mehrheit. Dies soll dazu führen, dass Selbstzweifel geweckt oder verstärkt werden.

Was ist die Wirkung?

Ist die Strategie erfolgreich, sehen sich die Ziele der Empörung meist unversehens einer Vielzahl von Angriffen ausgesetzt, die auch auf andere Kontaktwege wie Mail, Telefon, Post übergreifen kann. Die Folgen für die Betroffenen können weitreichend sein: Demoralisierung, Einschüchterung, Angst etwas falsch gemacht zu haben und letztlich alleine zu sein gegen eine Übermacht.

Mindestens wird die Aufmerksamkeit von Organisationen oder Personen, die sich Angriffen im Netz und darüber hinausgreifend ausgesetzt sehen, durch massenhafte, negative Kommentare gebunden, ihre Arbeit wird beeinträchtigt und Ressourcen gebunden.

4. Prävention: Wie schütze ich mich und meine Organisation am besten vor Hate Speech und Shit Storms?

Hate Speech und Shit Storms sind zumeist sehr irrational motiviert und durchgeführt, daher gibt es kaum Sicherheit, nicht davon betroffen zu werden. Bei bestimmten Themen kommen rechte Hetze, Hassbotschaften oder zynische Kommentare besonders häufig vor: Flucht und Migration, Lebensumstände von Migrant*innen, Engagement gegen Rechts, Aktivitäten für eine demokratische & multikulturelle Gesellschaft. Dazu kommen sogenannte „Brückenthemen“, die seitens der extremen Rechten, aber auch bei bürgerlich-konservativen Kreisen negative Resonanz hervorrufen, wie etwa die Ehe für alle und weitere LSBTIQ*-Themen, progressive Familienpolitik, Kinder- und Jugendrechte, Klimaschutz / Fridays for Future / Greta Thunberg, der Vorschlag der Fleischbesteuerung etc. Letztlich hängt aber hauptsächlich vom Zufall, ob und wie ein Post in rechte Netzwerke gerät und dort weitergereicht wird. Das kann jede*n treffen, unabhängig vom eigenen Verhalten.

Etwas anders schaut es bei Shit Storms mit Organisationskritik aus. Wer einen Fehler in der eigenen Arbeit und/oder Öffentlichkeitsarbeit gespiegelt bekommt, kann durch schnelle, ehrliche und offensive Klarstellungen einem möglichen Shit Storm begegnen oder ihn günstigstenfalls sogar zur Profilierung und Werbung nutzen. Hinweise dazu finden sich im Kapitel „Gegenstrategien“.

Hier ein paar Grundlagen, die wir allen Social Media-Redakteur*innen nahelegen, um im Fall der Fälle gewappnet zu sein. Ganz besonders, wenn in absehbarer Zeit Äußerungen zu einem der vorgenannten Themen geplant sind.

Privatsphäre schützen

Es gibt gute Gründe dafür, in den Sozialen Medien als ganze Person - mit allen ihren Facetten, auch ihrer beruflichen Einbindung - präsent zu sein. Es gibt auch gute Gründe dafür, einen institutionellen Namen bzw. Organisations-Namen zu wählen. Letzteres umso mehr, wenn die Teilnahme an den Sozialen Netzwerken überwiegend aus professionellen Gründen geschieht und/oder gemeinsame Accounts als Team gepflegt werden. Wer mit dem Eigennamen angemeldet ist, sollte sicherstellen, dass unter diesem Suchbegriff keine private Telefonnummer oder Wohnanschrift im Netz zu finden ist (z.B. als Kontaktdaten zu einem Verein, Impressum einer Webseite o.ä.). Sollten solche Informationen auf fremden Webseiten zu finden sein, sind deren Betreiber*innen verpflichtet, diese Daten zu löschen. Ähnliches gilt für Suchmaschinen wie Google.³ Bitte kontrollieren Sie außerdem Ihre Privatsphären-Einstellungen für Profilvereinerungen und private Posts auf Facebook. Mit dem Einrichten von „Freundeslisten“ für verschiedene Empfänger*innenkreise können Sie auch auf einem Privatprofil private und berufliche Mitteilungen voneinander getrennt ausspielen.

Schützen Sie Ihre Zugänge zu Social Media-Konten etc., etwa durch starke Passwörter oder Zwei-Faktor-Authentifizierung und natürlich durch umsichtigen Umgang mit Passwortlisten und Mobilgeräten.

³ Anleitung: <https://www.heise.de/tipps-tricks/Google-Eintraege-loeschen-so-geht-s-3961515.html>

✓ **Netiquette formulieren**

- Eine „Netiquette“ (Kunstwort aus „Netz“ und „Etikette“) bezeichnet eine Sammlung von Verhaltens- und Moderationsregeln. Typische Einsatzorte sind z.B. Facebook-Fanpages oder -Gruppen (unter „Info“) oder Kommentarfunktionen auf Webseiten. Eine Netiquette legt die gewünschte Gesprächskultur dar, gibt Verhaltensregeln vor und macht die Maßstäbe für Eingriffe durch die Moderation transparent. Wer auf unseren Kanälen mitdiskutiert, muss sich an unsere Netiquette halten - dieser Grundsatz ist netzüblich und hilft im Konfliktfall, ausufernde Moderationsdebatten zu vermeiden.
- Eine gut formulierte Netiquette sollte sich auch politisch und inhaltlich abgrenzen. Typischerweise gehört dazu der Hinweis, dass rassistische, chauvinistische, diskriminierende oder gewaltverherrlichende Beiträge nicht toleriert und umgehend gelöscht werden.
- Zur Netiquette gehört auch die Pflege der eigenen Community. Bedanken Sie sich bei Diskutant*innen für gute, klärende Kommentare mit einem Like oder einer privaten Nachricht. Spenden Sie Lob für eine gute Diskussionskultur.

✓ **Abläufe im Team und in der Organisation festlegen**

- Thematisieren Sie das Risiko von und den Umgang mit Hate Speech und Shit Storms bei Ihrem Team und bei den Vorgesetzten und treffen Sie Verabredungen für den Ernstfall. Sie sind wie eine Krise zu behandeln und gehören in jeden Notfallplan zur Krisenkommunikation.
- Stellen Sie sicher, dass ein kontinuierliches Beobachten der Social Media Kanäle verbindlich geregelt ist. Rechtzeitiges Erkennen von problematischen Situationen ist elementar.
- Fordern Sie Schulungen ein und besorgen Sie sich Literatur und einen Argumentationsleitfaden, auf die Sie bei Bedarf zurückgreifen können.
- Vernetzen Sie sich mit Kolleg*innen auch aus anderen Organisationen, um sich auszutauschen und gegenseitig unterstützen zu können.
- Besprechen Sie in Ihrer Organisation, welche Werte und welches Gesellschaftsbild Ihre Organisation vermitteln möchte und auf welcher Weise und mit welchen Formulierungen Sie diese im Internet vertreten.
- Legen Sie präventiv einen Handlungsablauf fest: Ab wann ist wer im Team zu informieren, welche Strategien wenden Sie bevorzugt an⁴, wer springt tatkräftig ein, wer leistet persönliche Unterstützung, ...
- Sofern noch nicht geschehen: Erstellen Sie für Ihre dialogorientierten Medien eine Netiquette.
- Organisieren Sie sich frühzeitig Kontakte für juristischen Beistand und Ansprechpartner*innen bei Beratungsstellen und der zuständigen Polizei.
- Machen Sie diese Informationen intern für alle Kolleg*innen Ihrer Organisation zugänglich.

⁴ Erfahrungen und Tipps dazu im nächsten Kapitel.

BEISPIEL

Netiquette des Paritätischen Gesamtverbands

Der Paritätische mit seinen Mitgliedsorganisationen versteht sich als Verband der Vielfalt, Offenheit und Toleranz für alle Menschen, unabhängig von Hautfarbe, Geschlecht, sozialer oder ethnischer Herkunft, Alter, Religion oder Weltanschauung, sexueller Identität, materieller Situation, Behinderung, Beeinträchtigung oder Krankheit. Der Verband wird getragen von der Idee der Parität, das heißt der Gleichheit aller in ihrem Ansehen und ihren Möglichkeiten.

Die Kommentarfunktionen in den von uns bedienten Sozialen Netzwerken und auf unserer Webseite sollen einen respektvollen und konstruktiven Dialog ermöglichen. Wir behalten uns daher vor, Kommentare zu melden und/oder zu löschen, die gegen unsere verbandlichen Grundsätze verstoßen, die diskriminierend, menschenverachtend, rassistisch, gewaltverherrlichend, sexistisch, beleidigend oder verletzend, strafrechtlich relevant sind oder den Boden des Grundgesetzes verlassen. Kommerzielle Werbung für Produkte oder Dienstleistungen ist nicht erlaubt. Wir behalten uns vor, identische oder ähnliche Kommentare zu löschen, die einen konstruktiven Dialog verhindern und versuchen, den Dialog zu beeinflussen.

Unsere Entscheidungen machen wir bei Bedarf gerne transparent. Inhaltliche Änderungen und Ergänzungen dieser Netiquette behalten wir uns vor.

Es folgen ein paar Ratschläge und Regeln, was Sie beim Verfassen von Kommentaren beachten sollten:

- Ein guter Kommentar bezieht sich auf den jeweiligen Artikel oder das Thema der Diskussion.
- Die eigene Meinung sollte in Ihrem Kommentar mit klaren Argumenten begründet werden, besonders dann, wenn Sie einem Beitrag widersprechen.
- Zynismus und Ironie sind in schriftlichen Kommentaren oft nicht eindeutig zu erkennen. Setzen Sie diese Stilmittel also vorsichtig ein, um nicht missverstanden zu werden.
- Pflegen Sie immer einen freundlichen, respektvollen Umgangston und lassen Sie sich nicht auf Provokationen ein.

5. Gegenstrategien: Was tun im akuten Fall?

Der Erstkontakt mit Hate Speech-Nachrichten oder gar einem Shit Storm kann unmittelbar emotionale Reaktionen auslösen und ein Gefühl der Überforderung erzeugen. Die erste Herausforderung besteht darin, den darin enthaltenen Hass, Spott, Zynismus und nicht zuletzt persönliche Angriffe emotional zu verarbeiten. Anschließend gilt es, mit einer ungewohnten Widerständigkeit der Gegenüber umzugehen, sich auf eine vernünftige und sachorientierte Diskussion einzulassen. Dazu kommt die Verunsicherung oder gar Angst, womöglich „falsch“ zu reagieren und damit (hypothetisch) vermeidbare weitere Hassnachrichten auch noch selbst zu provozieren. Und natürlich die Sorge, welche Folgen die Situation für die betroffene Organisation oder Person haben könnte.

Umso wichtiger ist es, in so einer Situation zügig, aber nicht vorschnell zu reagieren. Atmen Sie durch, suchen Sie sich ggf. kollegiale Unterstützung und analysieren Sie die Situation mit Augenmaß. Denn auch wenn sie sich hart anfühlen sollten, bleiben so manche vermeintlichen „Shit Storms“ dann doch nur Stürme im Wasserglas und gehören heutzutage leider zu den obligatorischen Erfahrungen aller Social Media-Aktiven.

Bei Shit Storms seitens entrüsteter Kund*innen gegenüber Unternehmen gilt: Solange sich die Kritik in mäßiger Frequenz auf einem einzigen Social-Media-Kanal abspielt, lässt sich damit umgehen. Problematisch wird es in dem Moment, wo die Medienberichterstattung hinzukommt .

Bei Shit Storms von rechtsmotivierten Akteur*innen gründen sich Motive und Inhalte meist auf nicht nachvollziehbaren, individuellen Anlässen. Doch auch in diesem Bereich bleibt das Gros der Hate Speech-Angriffe überschaubar und die Lage beruhigt sich bald wieder. Ob es sich um einen konzertierten Angriff handelt, wird jedoch erst im zeitlichen Verlauf klar. Daher ist für einen begrenzten Zeitraum (2-3 Tage) erhöhte Aufmerksamkeit geboten.

Folgende Analysefragen können dabei helfen, die Situation einzuschätzen:

- Worauf beziehen sich die destruktiven Posts? Kritisieren sie eine konkrete Handlung, reagieren sie auf eine Entscheidung der Organisation oder sind sie klar politisch motiviert?**
Je nach Antwort empfehlen sich unterschiedliche Vorgehensweisen, die wir in den folgenden zwei Abschnitten separat behandeln.
- Wie viele verschiedene Profile haben gepostet? Wie sehen die Profile aus, was posten sie sonst so und wie groß ist deren Reichweite/Einfluss?**
Hier geht es um eine grobe Einschätzung, ob und wie gut die Poster*innen persönlich ansprechbar sind und ob es sich um wirksame Multiplikator*innen, eine Menge Fake-Profilen oder eine überschaubare Gruppe Empörer handelt.
- Finden sich in den Posts Gemeinsamkeiten (Formulierungen, thematische Engführungen, Hashtags, Vorgehensweisen, ...)?**
Solche Gemeinsamkeiten deuten darauf hin, dass der Shit Storm angeleitet wurde. Manchmal wird in dem einen oder anderen Tweet oder Post die Quelle eines (direkten oder indirekten) Shit Storm-Aufrufs miterwähnt.
- Eskalieren sich die Posts gegenseitig in langen Diskussionsfäden oder gibt es viele direkte Antworten auf das Originalposting, die selbst keine oder nur geringe Resonanz erfahren („offene Threads“)?**
Viele offene Threads sprechen für eine konzertierte Aktion, Diskussionsfäden für eine stärker „organisch wachsende“ Erregung.

Hate Speech und Shit Storm mit konkreter Organisationskritik

Zahlreiche Unternehmen, aber auch die eine oder andere gemeinnützige Einrichtung oder NGO haben schon mit Wellen an Kritik und Spott auf Social Media Plattformen umgehen müssen. Die Anlässe erstrecken sich von eindeutigen Missgeschicken in der Öffentlichkeitsarbeit über Widersprüche zwischen Selbstdarstellung und Unternehmenshandeln bis hin zu nachweislichen Produktfehlern bzw. Dienstleistungsmängeln.

Bevor zu einem Dementi angehoben wird, raten wir dazu, sich zunächst ernsthaft mit den Fragen auseinanderzusetzen: Haben die Verfasser*innen womöglich einen wunden Punkt getroffen? Oder gilt der Ärger eigentlich etwas anderem und hat hier nur ein unpassendes Ventil gefunden?

Sollte ein Körnchen Wahrheit in den kritischen Kommentaren stecken, empfehlen wir, transparent zu kommunizieren:

- Zusichern, dass dem Problem nachgegangen wird und die Zuständigen angesprochen werden. Wichtig: in einem angegebenen Zeitraum.
- Prozessstufen mitteilen, etwa, dass das Problem an die Geschäftsführung herangetragen wurde, die zuständige Abteilung an einer Lösung arbeitet etc. Wichtig: in einem angegebenen Zeitraum.
- Sich die Zeit nehmen, den Vorgang aus eigener Sicht darzustellen und sich dazu zu positionieren, und zwar auf einem eigenen Kanal (z.B. Blog oder Webseite)
- Wenn sich herausstellt, dass die eigene Organisation tatsächlich einen Fehler gemacht hat: Eine ehrliche Entschuldigung aussprechen.

Insgesamt gilt: Zeit gewinnen und zugleich die Empörungswelle entschleunigen durch Mitteilung von Fristen für die nächste Stufe der Problembearbeitung; den Betroffenen alternative Kanäle zur Mitteilung ihrer Anliegen anbieten, etwa durch eine Hotline, eine spezielle E-Mail-Adresse, persönlichen Kontakt per Privatnachricht o.ä..

Wichtig ist, in der Kommunikation stets sachlich und lösungsorientiert zu bleiben, nicht beleidigt oder rechtfertigend zu reagieren und sich auf keine Diskussionen einzulassen.⁵

Hate Speech und Shit Storm von rechts

Erheblich undankbarer ist es, von rechten Provokateuren und zynischen oder rein destruktiven motivierten Kommentator*innen zu tun zu haben. Hier gilt es, gleichermaßen schnell wie auch besonnen zu reagieren und es zahlt sich aus, die im vorigen Abschnitt aufgeführten Präventionsmaßnahmen zuvor durchgearbeitet zu haben.

Grundregel: Die eigene Haltung in den Vordergrund stellen! Bekräftigen Sie Ihre demokratische, emanzipatorische, menschenrechtsorientierte Position und behalten Sie diese argumentativ im Fokus. Sorgen Sie dafür, dass mindestens einer Ihrer entsprechenden Beiträge auf dem Social Media-Kanal stets sichtbar oder leicht auffindbar bleibt (etwa durch die „oben anpinnen“-Funktion bei Twitter und Facebook, durch Hinterlegen als Notiz (Facebook), durch themenähnliche Neupostings etc.).

Auf diese Weise argumentieren Sie klar für etwas und ermutigen andere, sich ebenfalls zu positionieren. Halten Sie sich stets vor Augen: Sie schreiben nicht für die Hater*innen, sondern für die stillen Mitlesenden.

Lassen Sie sich auf keine Nebendebatten ein, in die die Hater*innen Sie immer wieder zu drängen versuchen. Greifen Sie jedoch ein, wenn andere Beteiligte der Debatte vor Hate Speech geschützt bzw. dagegen gestärkt werden müssen. Machen Sie gruppenbezogene Menschenfeindlichkeit als solche sichtbar und verhalten Sie sich dazu. Korrigieren Sie falsche Zahlen oder Tatsachenbehauptungen und belegen Sie diese.

Möglichkeiten des Umgangs mit Hate Speech-Kommentaren

Es gibt nicht das Idealverhalten gegenüber einzelnen Hate-Speech-Postings. Hier eine Übersicht prinzipiell möglicher Reaktionen, die je nach Rahmenbedingungen angemessen, hilfreich oder aber auch kontraproduktiv sein können. Unabhängig davon gilt immer: Justiziable Postings nicht durchgehen lassen, sondern anzeigen! Dazu mehr im nächsten Kapitel.

	Vorteil	Nachteil
Ignorieren	Keine Aufmerksamkeit	Laute Debatte, Diskriminierung wird verbreitet
Moderieren	Raum für plurale Debatten; Minderheitenschutz, Diskussionsregeln	Aufwändig und teuer
Diskutieren	Nutzer*innen sind an redaktioneller Meinung interessiert, Autor*in wirkt überzeugend	Noch aufwändiger, kostet Zeit und Nerven
Sich positionieren	Zeigt Haltung, ermutigt andere	Regt zu Protest an. Kann Leser*innenbindung stärken, aber auch schwächen
Ironisieren	Zeigt Haltung, Ventil für Frust, Lenken der Diskussion	keine offene Diskussion, verhärtet Fronten
Löschen	Community wird nicht mit Rassismus o.ä. belästigt, Grenzen werden gezeigt	Zensurvorwurf

(Übersicht nach: Stefan Lauer, Amadeu-Antonio-Stiftung, Vortrag beim Paritätischen Gesamtverband am 14. Juni 2019)

Ein paar Anwendungsbeispiele:

- Sollten sich auf einen Tweet vom privaten Twitteraccount zwei bis drei „Hater“ gemeldet haben, die erfahrungsgemäß keine konstruktiven Beiträge schreiben und über nur wenige Follower verfügen, bietet sich Ignorieren an. Das schont Zeit und Nerven und sorgt dafür, dass die Verfasser*innen ihre sehnlichst erwünschte Aufmerksamkeit eben gerade nicht erhalten. Alternativ lässt sich die Situation mit einer schlagfertigen Antwort umkehren, die den*die Angreifer*in bloßstellt.
- Moderieren und Diskutieren bietet sich für offizielle Facebook-Seiten oder -Gruppen an, auf denen eine bestimmte Diskussionskultur geschaffen oder erhalten werden soll. Wichtig: Die nachfolgenden Do's und dont's beherzigen.
- Wenn sich im Shit Storm auf Facebook sehr viele Formulierungen stark ähneln und/oder wenig mit der laufenden Debatte zu tun haben, sollte auf die Netiquette verwiesen und ggf. Löschung/Userblockierung angekündigt werden. Die Wahrscheinlichkeit ist groß, dass es sich um Trolle (Menschen, die pöbeln um des Pöbelns Willen) oder Bots (computergesteuerte Profile) handelt. Es handelt sich dann um reinen Spam (digitalen Müll), der auch als solcher behandelt werden darf.
- Wenn ein Shit Storm organisch wächst, sich also mehr und mehr Profile aus verschiedenen politischen Richtungen einklinken, positionieren Sie sich. Damit zeigen Sie den Hatern von Beginn an klare Grenzen auf und ermutigen die eigene Community, Sie zu unterstützen.

5 Quellen:

Gero Pflüger auf Focus Online: „Raus aus dem Shitstorm: 7 goldene Tipps gegen Netzhetze“: https://www.focus.de/digital/experten/shitstorm-bedeutung-und-richtige-reaktion-gegen-hetze-in-social-media_id_9141832.html

Paula Hannemanns Präsentation über Lernerfahrungen aus dem WWF-Shitstorm: <https://de.slideshare.net/PaulaHannemann/2011-shitstorm-socialmediakrise10tipps>

Do's und Dont's

- Reagieren Sie nicht aus dem Bauch heraus**, sondern nehmen Sie sich Zeit, um die Lage nüchtern zu bewerten und auf sich selbst zu achten. Verschaffen Sie sich Unterstützung zwecks Hilfe beim angemessenen Antworten (Vier-Augen-Prinzip) und für eigene Atempausen.
- Eskalieren Sie nicht unnötig**. Antworten Sie nur auf aktuelle Kommentare, lassen Sie vererbte Unterhaltungen ruhen. Antworten Sie stets respektvoll, auch auf niveaulose Kommentare: Ihre Antwort gilt (zuerst) den mitlesenden Dritten, die Sie durch nüchterne und sachliche Reaktionen überzeugen. Machen Sie sich nicht durch unangemessene Formulierungen angreifbar und setzen Sie Textbausteine nur maßvoll ein.
- Konzentrieren Sie Ihr Engagement**: Danken und unterstützen Sie jene, die konstruktiv kommentieren. Bei einer großen Masse von Beiträgen antworten Sie bevorzugt auf die konstruktiven (oder weniger ausfälligen) Kritiken und/oder schauen Sie nach Profilen mit Klarnamen und erkennbaren Profilbildern. Tauschen Sie in Teildebatten (Threads) höchstens vier starke Argumente aus und verabschieden Sie sich dann höflich, um sich nicht in Endlosdebatten fesseln zu lassen.
- Stellen Sie Ihre Haltung voran**: Präsentieren Sie Ihre eigene Haltung als positive Botschaft. Legen Sie, z.B. mit Verweis auf die Netiquette, Ihre politischen Grenzen dar. Ahnden Sie Verstöße (politisch, rechtlich, Angriffe gegen Personen) und teilen Sie das auch mit – Hinweise zum Vorgehen dazu im nächsten Kapitel.

6. Gängige Hass- und Troll-Strategien und ihre Abwehr

Whataboutism

Der Begriff leitet sich aus der englischen Bezeichnung „what about...“ (dt.: „und was ist mit...“) her. Dieses Verfahren lenkt von unliebsamer Kritik ab durch Hinweise auf ähnliche oder andere wirkliche oder vermeintliche Missstände auf der Seite der kritisierenden Person. Das rhetorische Mittel soll die Position des Gegenübers diskreditieren, ohne Argumente widerlegen zu müssen.

Gegenmaßnahmen: Die Strategie als solche benennen/entlarven und auffordern, zur ursprünglich geäußerten Kritik Stellung zu nehmen.

Themenhopping

Themenhopping bedeutet, dass in einer Diskussion ständig das Thema gewechselt oder neue Themen eingestreut werden. Ziel dabei ist, dem Gegenüber die Argumentationslinie durcheinander zu bringen. Ein sachliches Gespräch über das eigentliche Thema wird damit oft unmöglich gemacht. Hinzu kommt, dass rechte Aktivist*innen gleichzeitig unzählige Links verschicken, die angeblich ihre Position bestätigen, sozusagen wissenschaftlich beweisen sollen. Keiner der Diskussionsteilnehmer*innen wird in der Lage sein, die Masse an Links zu überprüfen. Wird dem einen Link nachgegangen, wirft das Gegenüber bereits das nächste Thema ein und verschickt vielleicht bereits wieder Links dazu.

Gegenmaßnahmen: Auffordern, beim Thema zu bleiben.

Täter-Opfer-Umkehr

Auch unter dem englischen Begriff „victim blaming“ bekannt, beschreibt das ein Vorgehen, das die Schuld für einen Übergriff beim Opfer selbst sucht. Sehr häufig sind Frauen oder Personen, die sich als weiblich identifizieren, davon betroffen, wenn ihnen die (Mit-)Schuld an einem sexualisierten Übergriff zugeschoben wird. Sich selbst beschreiben Nazis hingegen gerne als Opfer einer als inquisitorisch vorgehend verzerrten demokratischen Mehrheit.

Gegenmaßnahmen: Benennen der Strategie, Aufforderung zum Thema (dem ursprünglich kritisierten Verhalten) zurückzukehren.

Halbwahrheiten und Gerüchte streuen

Auch unter dem Schlagwort „Fake News“ bekannt, sollen durch gezielte Desinformationen Zweifel an der Legitimität eines Anliegens (z.B. Hilfen für Geflüchtete) gesetzt, die Relevanz eines gesellschaftlichen Problems (z.B. Klimawandel) angefochten oder die Glaubwürdigkeit von gesellschaftlichen Institutionen (z.B. Medien) untergraben werden.

Gegenmaßnahmen: Ggf. nach glaubwürdigen Quellen fragen, Fakten entgegenstellen, Widersprüche offenlegen.

7. Wie kann ich mich (auch) juristisch gegen Hass und Hetze im Netz schützen?

Wer mit Hassbotschaften im Netz konfrontiert wurde, wünscht sich natürlich, dass diese für ihre Absender*innen Konsequenzen haben sollten und man sich selbst und andere durch wirkungsvolle Maßnahmen – zumindest für die Zukunft – schützen kann. Doch wann ist ein juristisches Vorgehen möglich und sinnvoll? Unter welchen Umständen lohnt sich der Aufwand und was muss ich beachten, um zusätzlichen Ärger zu vermeiden?

Dieser Abschnitt soll helfen, die Entscheidung zu entsprechenden Schritten zu erleichtern.

Grundsätzlich gilt: Alles, was in der realen Welt strafbar ist, ist auch online nicht erlaubt. Die Verfolgung von Vergehen hinkt jedoch dem hohen Tempo der digitalen Kommunikation wahrnehmbar hinterher. Die zuständigen Behörden räumen offiziell Vollzugsdefizit ein.

Auch wenn die Gesetzgebung hier inzwischen Abhilfe angekündigt hat (Stand: November 2019), sind es meist die Regulierungen und Eingriffe der Social Media Plattformen selbst, die im Vordergrund stehen und deren Sanktionen scheinbar juristische Soforthilfe anbieten. Hier muss aber klar getrennt werden: Dies sind lediglich Maßnahmen von Privatunternehmen, die ihre Allgemeinen Geschäftsbedingungen (AGB) umsetzen.

Möglichkeiten der Plattform selbst nutzen

Auf allen Plattformen gibt es einfache Wege, unerwünschte Inhalte und Nutzer zu blockieren.

Auf Twitter können Nutzer*innen stummgeschaltet (ich sehe die Kommentare nicht mehr) oder Accounts komplett blockiert werden (Andere können meine Beiträge nicht mehr lesen und nicht mehr darauf reagieren).

Auf Facebook können einzelne Kommentare ausgeblendet oder gelöscht werden, zudem lassen sich Nutzer*innen sperren, d.h. sie können keine Beiträge meiner Fanseite mehr lesen und dort keine Kommentare mehr verfassen.⁶

Inhalte direkt auf den Plattformen zu melden und dabei die Betreibenden auf möglicherweise rechtswidrige Inhalte hinzuweisen, ist meist in mehrstufigen Verfahren möglich.⁷

TIPP

Werden Kommentare gelöscht oder gar Nutzer gesperrt, ist es wichtig, das transparent zu machen und das Vorgehen knapp zu erläutern.

Seit der Einführung des Netzwerkdurchsetzungsgesetzes (NetzDG) sind Betreiber zudem verpflichtet, offensichtlich rechtswidrige Inhalte innerhalb von 48 Stunden zu löschen. Wie eine Meldung funktioniert, erklärt das Portal www.neuemedienmacher.de/helpdesk#131 in einer leichtverständlichen Schritt-für-Schritt-Anleitung.

In manchen Fällen kann hilfsweise der Umweg eingeschlagen werden, urheberrechtliche Ansprüche geltend zu machen – etwa wenn ein Logo, Inhalte der eigenen Webseite, ein eigenes Foto o.ä. verwendet wurden. Eine solche Meldung kann ebenfalls auf der Plattform selbst erfolgen, worauf die Betreiber*innen meist sehr zügig reagieren.

Juristisches Vorgehen: Unterstützungsangebote im Netz

Bei der juristischen Betrachtung von Hate Speech ist der hohe Stellenwert der grundgesetzlich verbrieften Meinungsfreiheit von größter Bedeutung. Meinungsfreiheit hat aber Grenzen, wenn sie nämlich die Rechte anderer verletzt.

Wichtig: Um eine Anzeige aufzugeben, muss ich nicht über juristisches Fachwissen verfügen!

Die Entscheidung, ob ein Straftatbestand vorliegt oder der Sachverhalt von der Meinungsfreiheit gedeckt ist, sollte ich nach dem eigenen Rechtsempfinden einschätzen und die juristische Bewertung der bearbeitenden Staatsanwaltschaft überlassen.

TIPP

Zur Beweissicherung sollte vom beanstandeten Inhalt immer ein Bildschirmfoto (Screenshot) angefertigt werden. Auf den meisten Systemen funktioniert das so:

1. „Druck“-Taste auf der Tastatur
2. Bildbearbeitungsprogramm (z.B. MS Paint) öffnen
3. „STRG+V“ oder „Einfügen“. Dazu die URL (Der Inhalt der Adresszeile zum Zeitpunkt des Screenshots), Datum und Uhrzeit notieren.

Es gibt eine Reihe von Initiativen, die das Verfolgen von Hassbotschaften unterstützen:

Auf dem Portal www.hassmelden.de können Beiträge aus dem Netz anonym gemeldet werden.

Unter www.jugendschutz.net/hotline/ können vor allem jugendgefährdende Inhalte gemeldet werden. Das Team von jugendschutz.net sichtet die gemeldeten Angebote, bewertet die Inhalte unter rechtlichen Aspekten und prüft, wer für das Angebot verantwortlich ist. Anschließend wird ein abgestuftes Beschwerdeverfahren eingeleitet, welches auf der Website erläutert wird.

Das Portal des Demokratiezentrum Baden-Württemberg www.meldestelle-respect.de bringt illegale Inhalte zur Anzeige und unterstützt Betroffene von Beleidigungen dabei, Anzeige zu erstatten. Eine Übersicht zu Hilfs- und Meldeportalen im nächsten Abschnitt.

Juristisches Vorgehen: Strafanzeige

Bestimmte Vorfälle wie persönliche Beleidigungen oder Verleumdungen können nur durch die Betroffenen selbst zur Anzeige gebracht werden. Der Screenshot (siehe Tipp) des Sachverhalts sollte dazu beigefügt werden. Die Anzeige kann in den meisten Bundesländern über die Internetwache der Polizeidienststellen durchgeführt werden. Diese können durch einfache Internet-suche gefunden werden. Die Strafanzeige muss keine besondere Form haben, es bietet sich aber an, sich an nebenstehendem Beispiel zu orientieren.

TIPP

Bei der Anzeige beachten: Eigene Daten schützen!

Die beschuldigte Partei kann durch Akteneinsicht auf die Personalien, darunter auch Kontaktdaten und Wohnort, der anzeigenden Person zugreifen. Um dies zu vermeiden, sollte die Strafanzeige beispielsweise durch Arbeitgeber*in, juristische Vertretung oder Opferberatungsstelle aufgegeben werden.

BEISPIEL

*Sehr geehrte Damen und Herren,
hiermit erstatte ich Strafanzeige gegen die nutzende Person der Internetplattform welche unter dem Namen ABC auftritt (Link zum Profil) und bringe folgenden Sachverhalt zur Kenntnis:*

*Am tt.mm.jjjj um hh.mm Uhr verfasste Nutzer*in ABC einen Beitrag folgenden Inhalts: Text oder siehe Screenshot im Anhang.*

Ich bitte darum, die entsprechenden Ermittlungen aufzunehmen und mich über das Ergebnis zu benachrichtigen.

Des Weiteren stelle ich Strafantrag wegen aller in Betracht kommenden Delikte.

*Mit freundlichen Grüßen,
XYZ*

Juristisches Vorgehen: Zivilrechtliche Maßnahmen

Die anwaltliche Abmahnung, die auf eine Zurücknahme und Löschung einer Äußerung, verbunden mit einer Schadensersatzforderung abzielt, ist eine weitere Möglichkeit, sich zu schützen. Damit wird der Gegenpartei zusätzlich untersagt, die Äußerung in diesem oder anderen Kontexten zu wiederholen.

Zuvor ist das Einholen von Beratung zu empfehlen, eine bestehende Rechtsschutzversicherung, die entstehende Kosten abfedert, ist von Vorteil.

6 Anleitung siehe <https://www.klicksafe.de/themen/kommunizieren/facebook/facebook-wie-kann-man-nutzer-blockieren-und-eine-blockierung-aufheben/>

7 Anleitung siehe <https://www.klicksafe.de/themen/kommunizieren/facebook/facebook-wie-kann-man-problematische-inhalte-melden/>

8. Weiterführende Hinweise, Literaturtipps, Online-Tools

Handreichungen

- Handlungsempfehlung Hetze gegen Flüchtlinge in Sozialen Medien, Amadeu-Antonio-Stiftung, 2016
amadeu-antonio-stiftung.de/publikationen/hetze-gegen-fluechtlinge-in-sozialen-medien-2
- Umfangreiche Flyerreihe „Was tun gegen Hate Speech“ (für spezifische Zielgruppen), Amadeu-Antonio-Stiftung, 2018
amadeu-antonio-stiftung.de/flyerreihe-was-tun-gegen-hate-speech-38915
- Wetterfest durch den Shitstorm. Leitfaden für Medienschaffende zum Umgang mit Hass im Netz. Neue deutsche Medienmacher e. V., 2018
neuemedienmacher.de/wp-content/uploads/2019/10/Leitfaden-gegen-Hassrede-2019.pdf

Angebote des Paritätischen Gesamtverbands

- **vielfalt-ohne-alternative.de** Beratung gegen Rechts beim Paritätischen Gesamtverband
- **der-paritaetische.de/gleichimnetz** Das Paritätische Netzwerk bringt Soziale Werte in die Sozialen Medien

Hass melden

- **neuemedienmacher.de/helpdesk** Umfangreiches Webportal mit vielen Anleitungen und Hinweisen rund um den Umgang mit Hass im Netz
- **hassmelden.de** Hass im Netz einfach und anonym melden
- **jugendschutz.net/hotline** Jugendgefährdende Inhalte im Netz melden
- **meldestelle-respect.de** Meldeportal, das Betroffene unterstützt, juristisch gegen Hass und Hetze im Netz vorzugehen
- **hessengegenhetze.de/hasskommentare-melden** Bietet die Möglichkeit, einfach und anonym Hasskommentare zu melden

Weitere Seitenempfehlungen

- **hateaid.org** Diese NGO hilft von Hate Speech Betroffenen mit persönlicher Beratung und Prozesskostenbeihilfe
- **no-hate-speech.de/de** bietet Argumente, Hilfestellungen und Mems zum Kontern von Hate Speech
- **www.klicksafe.de/themen/problematische-inhalte/hate-speech** Zahlreiche Materialien zum Thema von der EU-Initiative für mehr Sicherheit im Netz
- **ichbinhier.eu** Klärt auf über Ursachen von Hassrede und hilft Menschen und Institutionen dabei, sich gegen digitale Angriffe zu wappnen

Apps

- Hassmelden – App der o.g. Meldeplattform, verfügbar für iOS-Geräte
- KonterBunt. Einschreiten für Demokratie – App zum richtigen Reagieren auf Stammtischparolen
- Love-Storm – App zum Melden von Hate Speech und zur koordinierten Gegenwehr



WEBZEUGKOFFER

alles drin, was du brauchst!

Die Online-Welt bietet unheimlich viele Möglichkeiten, unsere Öffentlichkeits- oder auch Zusammenarbeit einfacher, schöner und spielerischer zu gestalten. Und das orts- und zeitunabhängig.

In unserem prall gefüllten Webzeugkoffer finden sich Anleitungen, Empfehlungen und Tipps zu Social Media-Kanälen und diversen Werkzeugen zur digitalen Kommunikation und Zusammenarbeit.

Einfach mal durchstöbern und inspirieren lassen!

www.der-paritaetische.de/webzeugkoffer