

# Flucht vor der Verantwortung

## Hass-Kommentare gegen Flüchtlinge verbreiten sich rasant über Facebook

Von Thomas Mrazek

„Wahnsinnsleistung!“, jubelte *Focus Online*-Chefredakteur Daniel Steil im August auf seiner privaten Facebook-Seite. Grund für den öffentlichen Freudenjauchzer waren die Mai-Zahlen der Arbeitsgemeinschaft Online Forschung e.V. (AGOF). Gegenüber dem Vormonat gewannen die Münchner 1,7 Millionen Leser hinzu und erreichten damit insgesamt über 15 Millionen Nutzer. Das Burda-Portal spielt damit bei den deutschen Nachrichtenangeboten ganz vorne mit. Steils Erfolgsrezept lautet: „Wir machen den Content, den die User lieben.“ An dieser Stelle hatte ich im Herbst 2014 unter dem Titel „Bullshit im Sekundentakt gefällt bestens“ die negativen Facetten dieses Erfolgs erwähnt. Zugunsten hoher Klickzahlen lässt man bei den Münchnern auch mal ethische Normen außer Acht (siehe BJVreport 5/2014, Seite 28, [bjvlink.de/focusonline](http://bjvlink.de/focusonline)).

„Unglaublich: SO macht ‚Focus Online‘ Stimmung gegen Flüchtlinge“, titelte Medienjournalist Stefan Niggemeier fast zeitgleich zu Steils Jubelmeldung in seinem Blog ([bjvlink.de/stimmung](http://bjvlink.de/stimmung)). Niggemeier persiflierte mit seiner kruden Überschrift einen Textanreißer auf der *Focus Online*-Facebook-Seite: „Unglaublich: DAS bekommt jeder Flüchtling monatlich!“. Auf diese Weise warben die Burda-Journalisten zum Klick auf einen dpa-Artikel auf der eigenen Seite: „Sicherung des Existenzminimums: Das bekommen Flüchtlinge in Deutschland“, lautete das Thema. „Mit der entsprechenden Anmoderation auf Facebook erhält so ein Stück natürlich einen ganz anderen Schwung“, kommentierte Niggemeier und erwähnte zum Beleg noch einige ekelhafte Hass-Kommentare. Rund zehn Stunden später wurde der erwähnte Anreißertext dann in „Reicht das zur Sicherung des Existenzminimums?“ geändert.

Flüchtlinge scheinen ein beliebtes Thema bei den Nutzern zu sein. Freilich muss die Stoßrichtung stimmen. Da pickt die *Focus Online*-Redaktion schon mal einen geeigneten Artikel eines anderen Mediums raus und paraphrasiert diesen. Aus den *Stuttgarter Nachrichten* stammt dieser Artikel: „Bleibe gefiel ihnen nicht – Flüchtlinge weigern sich, Wohnung zu beziehen“ (*Focus Online* vom 3. August 2015). Immerhin über 46.000 Nutzer verbreiteten diesen Artikel über Facebook weiter. Über die Tatsache, dass die betroffenen Flüchtlinge in dem Beitrag nicht zu Wort kamen, darüber wurde vermutlich in den Tausenden Kommentaren nicht diskutiert – allein die Überschrift war schon Nachricht genug. Sowohl das Portal als auch Facebook konnten ihre Reichweite wieder mit minimalem Aufwand erhöhen; die Nutzer bekamen frei Haus die Inhalte, die sie lieben und zusätzlich

noch Diskussionsstoff geliefert. Auch eine „Wahnsinnsleistung“.

Dass Online-Angebote offenkundig und letztlich auf legale Weise Hass gegen Flüchtlinge regelrecht schüren und davon profitieren, ist das eine. Thomas Lückerath, Chefredakteur des Mediendienstes *DWDL.de*, macht sich noch weitere Gedanken: „Doch während Hasskommentare auf den Facebook-Seiten großer Medien durch ebendiese mehr oder weniger kontrolliert werden, so kann sich der Virus auf extra dafür gegründeten Facebook-Seiten hemmungslos verbreiten.“ Lückerath beschwerte sich als Nutzer mehrmals bei Facebook vergeblich über „den unverantwortlichen Umgang mit Hass- und Gewaltbotschaften“ dort. Auf seine Anfrage als Journalist bei Facebook erhielt er ebenso unbefriedigende Antworten: „Rechtsradikaler Hass und Gewaltandrohungen: Augen zu und durch: Facebook sieht kein Problem“, betitelt er sein ausführliches Resümee ([bjvlink.de/augenzu](http://bjvlink.de/augenzu)).

„Ein Afrikaner, ganz frisch als Asylant anerkannt, geht fröhlich durch die Stadt Nürnberg. (...)“ So beginnt ein Witz, der in diesem Sommer auch über Facebook verbreitet wurde. Was sind das nur für Menschen, die solche ekelhaften Texte verbreiten? fragt man sich. Und man erlebt noch Überraschungen, vorgenannten Text aus dem Portal DEBES-TE.de verbreitete auch der stellvertretende Chefredakteur der *Stuttgarter Nachrichten*, Wolfgang Molitor, im Juli auf seiner privaten Facebook-Seite. Zwei Tage nachdem ich auf meiner Facebook-Seite auf diese Geschmacklosigkeit hingewiesen hatte, entfernte Molitor diesen Eintrag kommentarlos von seiner Seite ([bjvlink.de/molitor](http://bjvlink.de/molitor)). Dennoch frage ich mich, was in diesem Journalisten vorgeht, zumal es einige Tage zuvor im Verbreitungsgebiet seiner Zeitung einen Brandanschlag auf eine Asylbewerberunterkunft gegeben hatte. Freilich war dies ein Zufallstreffer und stellt eine unrühmliche Ausnahme dar.

Wie man bei Facebook als Journalist auch seine Haltung zeigen kann, demonstrierten die KollegInnen des *Freisinger Tagblatts* Anfang Juli: Geschlossen hielten die Redakteure und Mitarbeiter ein Banner, auf dem „Refugees Welcome“ zu lesen ist, und verbreiteten das Foto davon über Facebook: „Wir sind eine objektive Zeitung; doch es erscheint uns wichtig, uns zu einem Thema klar zu positionieren: Asylbewerber. Menschen, die nicht das Glück haben, in Frieden und Wohlstand leben zu können, die vor Krieg und Terror geflohen sind, muss geholfen werden.“ ([bjvlink.de/welcome](http://bjvlink.de/welcome)).

**„Nun ist so ein fremdenfeindlicher Mob aber letztlich ja auch nur eine große Zahl von potenziellen Lesern. Mit der richtigen Ansprache kann man deren Zorn in etwas Produktives verwandeln: Klicks.“**

Stefan Niggemeier in seinem Blog, 7. August 2015