

Otto-Friedrich-Universität Bamberg  
Fakultät Geistes- und Kulturwissenschaften  
Institut für Kommunikationswissenschaft  
Betreuer: Prof. Dr. Markus Behmer  
Abgabedatum: 13.04.2020

# Hasskommentare auf den Facebook-Seiten deutscher Parteien

---

*Eine Inhaltsanalyse*

Bastian Rosenzweig  
bastian-torben-konrad.rosenzweig@stud.uni-bamberg.de

1. Einleitung.....	1
2. Begriffsdefinitionen .....	3
2.1 Hate Speech.....	3
2.2 Beleidigung oder Beschimpfung.....	6
2.3 Weitere Begriffe .....	7
3. Vorüberlegungen.....	7
3.1 Relevanz des Themas.....	7
3.1.1 Facebook als Teilöffentlichkeit.....	7
3.1.2 Einfluss von Hate Speech auf den Diskurs .....	10
3.1.3 Online Hate Speech und reale Folgen.....	12
3.2 Forschungsstand zum Thema Hate Speech auf politischen Facebook-Seiten .....	13
3.3 Rollen der sozialen Medien für die verschiedenen Parteien .....	15
3.3.1 Allgemeines .....	15
3.3.2 Christlich Demokratische Union (CDU).....	17
3.3.3 Sozialdemokratische Partei Deutschlands (SPD).....	17
3.3.4 Alternative für Deutschland (AfD).....	18
3.3.5 Freie Demokratische Partei (FDP) .....	19
3.3.6 Die Linke .....	20
3.3.7 Bündnis 90/Die Grünen (Grüne).....	21
3.3.8 Christlich-Soziale Union (CSU).....	21
4. Forschungsfragen und Hypothesen .....	23
4.1 Anteil an Hate Speech .....	23
4.2 Themen, auf die mit Hate Speech reagiert wird.....	24
4.3 Betroffene Gruppen .....	25
4.4 Hate Speech in der Filterblase .....	26
5. Vorgehen.....	28
5.1 Untersuchungsgegenstand .....	28
5.2 Hypothesenbildung und Kategoriensystem.....	28
5.3 Datensammlung und Fallauswahl .....	29
5.4 Testphase .....	30
5.5 Codierung.....	31
6. Ergebnisse und Diskussion .....	31
6.1 Anteil an Hate Speech .....	31
6.2 Themen, auf die mit Hate Speech reagiert wird.....	34
6.3 Betroffene Gruppen .....	38
6.4 Hate Speech in der Filterblase .....	41
7. Fazit und Ausblick.....	43
7.1 Fazit .....	43
7.2 Ausblick.....	43
8. Literaturverzeichnis .....	46
9. Internetquellen .....	47
9.1 Social-Media-Angebote und Netiquetten der Parteien .....	51
10. Abbildungsverzeichnis.....	51
11. Anhang: Codebuch .....	52

## 1. Einleitung

„Gegenwärtig ist eine massive Veränderung des gesellschaftlichen Diskurses im Netz und insbesondere in den sozialen Netzwerken festzustellen. Die Debattenkultur im Netz ist oft aggressiv, verletzend und nicht selten hasserfüllt.“ (Bundesregierung, 2017, 1)

Mit diesen Worten beginnt der Gesetzesentwurf zum Netzwerkdurchsetzungsgesetz (kurz: NetzDG), das im Oktober 2017 in Kraft getreten ist. Das NetzDG markiert einen der Höhepunkte in der Diskussion um Online-Hate Speech. Es ist eine Reaktion auf die steigende Zahl an Hasspostings im Netz und die damit einhergehenden Forderungen, geltendes Recht auch online konsequent umzusetzen.

Online Hate Speech taucht erstmals bereits in den Achtzigerjahren auf, beschränkt sich zu diesem Zeitpunkt aber noch auf vereinzelte rechtsextreme Äußerungen auf wenigen Webseiten (Fleischhack, 2017, 23). Während zu dieser Zeit die Anzahl der am Netz angeschlossenen Rechner weltweit noch im sechsstelligen Bereich liegt (Deutscher Bundestag 2007, 4), nutzen alleine in Deutschland im Jahr 2015 bereits 56 Millionen Menschen das Internet (ARD/ZDF, 2019a). Beim Social Network Service (kurz: SNS) Facebook angemeldet sind im selben Jahr ca. 20 Millionen Deutsche (Statista Research Department, 2016). In Sachen Beliebtheit liegt Facebook in diesem Jahr weit vor YouTube, Google+, Twitter und Instagram (Statista Research Department, 2015).

Mit steigendem Bekanntheitsgrad steigt auf Facebook auch die Anzahl an Hasspostings, besonders deutlich im Jahr 2015: In der ersten Jahreshälfte werden weltweit über 20.000 Einträge entfernt, weil sie gegen lokale Gesetze verstoßen. Das sind mehr als doppelt so viel, wie ein halbes Jahr zuvor (Zeit Online, 2015a). Im November des selben Jahres wird Martin Ott, Facebooks Nordeuropa-Chef, wegen des Verdachts auf Volksverhetzung angeklagt. Der Kläger wirft Facebook vor, nicht alle gesetzeswidrigen Äußerungen zu entfernen (Zeit Online, 2015b). Dieser Vorwurf wird bis heute von verschiedenen Seiten vorgebracht und ist einer der Gründe für die Verabschiedung des Netzwerkdurchsetzungsgesetzes, dessen Vorbereitung ebenfalls im Jahr 2015 beginnt (Bundesministerium der Justiz und für Verbraucherschutz, 2015).

Im Herbst des folgenden Jahres werden der Facebook-Gründer Mark Zuckerberg und drei seiner Kolleg\*innen verklagt. Ähnlich wie in der Klage gegen Martin Ott wird ihnen vorgeworfen, Hate Speech wie z.B. Gewaltdrohungen oder die Leugnung der Shoa auf ihrer Plattform zu tolerieren (Schumacher, 2016). Im Dezember veröffentlicht das SZ-Magazin Recherchen zu den Facebook-Content-Moderator\*innen, Angestellten, die dafür

verantwortlich sind, Hasskommentare, Fake News etc. von Facebook zu entfernen. Die Mitarbeiter\*innen berichten unter anderem, dass sie pro Tag circa 2.000 Beiträge sichten müssen, wobei sie für die Entscheidung, ob ein Beitrag gelöscht werden soll oder nicht, nur wenige Sekunden Zeit haben. Die Vorschriften seien undurchsichtig und änderten sich ständig. Die Angestellten litten unter Zeitdruck, schlechten Arbeitsbedingungen und psychischen Problemen. Weder die mit dem Löschen beauftragte Firma Arvato noch Facebook selbst beantworteten Anfragen des SZ-Magazins zu dieser Angelegenheit (Krause; Grassegger, 2016). Der Eindruck, Facebook betreibe nicht genug Aufwand, um der Hate Speech Herr zu werden, verstärkt sich zunehmend.

Im Oktober 2017 wird schließlich, begleitet von zahlreichen Kontroversen, das NetzDG verabschiedet. Kritikpunkte sind insbesondere, dass die Rechtsdurchsetzung in private Hände gegeben wird und Unternehmen wie Facebook und Twitter selbst entscheiden dürfen, was „offensichtlich rechtswidrig“ ist und dass das NetzDG Vorzensur erlaubt, weil die Entscheidungen ohne richterlichen Beschluss getroffen werden (Reuter, 2017). Insgesamt sehen Kritiker\*innen im NetzDG also eine Gefahr für die Meinungsfreiheit. Wie noch gezeigt wird, ist die Balance zwischen Meinungsfreiheit und der Eindämmung von Hassäußerungen seit jeher ein Diskussionspunkt in der Debatte um Hate Speech.

Im Juni 2019 wird der Kasseler Regierungspräsident Walter Lübcke ermordet. Tatverdächtig sind (Stand: Januar 2020) zwei Personen aus dem rechtsextremen Milieu, die möglicherweise Teil einer größeren rechtsextremen Organisation sind (Süddeutsche Zeitung, 2020). Lübcke war bereits vor der Tat jahrelang Opfer von Hasskommentaren (Biermann; Thurm, 2019). Zudem erhielt er 2015 wegen einer kontroversen Äußerung Morddrohungen und stand unter Polizeischutz (Gensing, 2019). Auch nach seiner Ermordung wurden über hundert weitere strafrechtlich relevante Hasskommentare gepostet (Zeit Online, 2019). Der Zusammenhang zwischen Online Hate Speech und realer Gewalt, der unter 3.1.3 besprochen wird, ist seitdem häufiger Thema öffentlicher Debatten.

In der vorliegenden Arbeit werden mehrere der genannten Punkte behandelt. Zunächst werden die Besonderheiten des Social Network Services Facebook erläutert (3.1.1). Basierend darauf soll geklärt werden, welchen Einfluss die dort gepostete Hate Speech auf den Diskurs (3.1.2) hat bzw. wie sie sich auf den öffentlichen Diskurs (3.1.3) auswirkt. Nachdem der Forschungsstand dargestellt wurde (3.2), wird die Rolle des Netzwerks Facebook für die verschiedenen Parteien erläutert (3.3). Des Weiteren wird eine Definition von Hate Speech für die anschließende Inhaltsanalyse aufgestellt (2.).

Die Forschungsfrage, der sich die Inhaltsanalyse widmet, lautet: *Wie viel Hate Speech welcher Art findet sich auf den Facebook-Seiten etablierter deutscher Parteien?* Es soll untersucht werden, wie groß das Problem der Online Hate Speech auf den angesprochenen Seiten überhaupt ist und wo sich der Hass vor allem finden lässt. Dafür werden die Inhalte untersucht, die zwischen 2016 und 2018 auf den Facebook-Seiten der aktuell im Bundestag vertretenen Parteien CDU, SPD, AfD, FDP, Linke, Grüne und CSU veröffentlicht wurden. Des Weiteren soll geklärt werden, auf welche Themen mit Hate Speech reagiert wird und welche Gruppen von ihr besonders betroffen sind. Schließlich wird noch untersucht, ob Hate Speech sich auf Facebook selbst durch Echokammern, Mechanismen der Schweigespirale oder dem Streben nach kognitiver Konsonanz verstärkt. Im Anschluss werden die Ergebnisse inklusive der erhebungsspezifischen Schwierigkeiten reflektiert.

## 2. Begriffsdefinitionen

### 2.1 Hate Speech

Der Begriff *Hate Speech* (im Folgenden auch *Hassrede* bzw. *Hasskommentare* und *Hassposts*) wird von verschiedenen Wissenschaftler\*innen unterschiedlich definiert. Gemeinsam ist allen Definitionen, dass Hate Speech als „sprachliche[r] Ausdruck von Hass gegen Personen oder Gruppen verstanden“ wird (Meibauer, 2013, 1). Auch nichtverbale Äußerungen, im Fall von SNS-Seiten wie Facebook beispielsweise Videosequenzen, Bilder oder GIF-Dateien können Hate Speech enthalten. In dieser Arbeit können aber aus technischen Gründen nur sprachliche Äußerungen, also Texte im alltagssprachlichen Sinne untersucht werden.

Konsens ist zudem, dass Hate Speech nur dann vorhanden ist, wenn eine ganze Gruppe aufgrund (vermeintlich) geteilter Merkmale Ziel von Hassrede ist:

„*Hate Speech* unterscheidet sich von einer Beleidigung oder einer Verleumdung dadurch, dass hier auf Merkmale einer bestimmten Gruppe von Menschen Bezug genommen wird, also z.B. auf weiße oder schwarze Haut [...]. Die hervorgehobenen Merkmale können entweder selbst negativ konnotiert sein oder als Hinweise auf latente negative Eigenschaften angesehen werden.“ (Unger, 2013, 259)

Das heißt, dass auch eine Äußerung, die gegen eine einzelne Person gerichtet ist, Hate Speech sein kann, insofern die Person als Zugehörige\*r der Gruppe angesehen wird. Die Äußerung „Du Drecksmuslim“ wäre also

Hassrede, während „Du Drecksack“ eine einfache Beleidigung ist, weil dabei keine soziale Gruppe angesprochen wird.

Die angegriffene Gruppe muss sich dabei allerdings keineswegs selbst als solche identifizieren. Mitunter werden von Hate Speech-Verfasser\*innen auch Menschen in eine Gruppe einsortiert, in der sie sich selbst nicht sehen, die vielleicht auch gar nicht schlüssig als eine homogene Gruppe bezeichnet werden kann. Für die Menschen, aus dieser „Gruppe“, ist dies ein Nachteil:

„Im Kontext von Diskriminierung sorgt die Kategorisierung dafür, dass Menschen mit einem gewissen Merkmal in ein soziales Gebilde, in eine ‚Gruppe‘ verwandelt werden. Die Herstellung einer ‚Gruppe‘ ist eine Leistung [...] der Kategorisierung.

Dies erfolgt z.B., wenn MuslimInnen als ein vernetztes Ganze[s] wahrgenommen und dargestellt werden. Dadurch werden sie zu einer Gesamtheit, die kollektiv handelt und die gleichen Interessen verfolgt. Eine logische Folge davon ist die Forderung, dass die MuslimInnen sich für die Handlung von tatsächlichen Gruppen wie Al-Qaeda [...] entschuldigen oder davon distanzieren sollen. Aus diesem Grund ist die Verwandlung einer Kategorie in eine Gruppe nicht unbedingt der Ausgangspunkt, sondern das Ergebnis von Diskriminierung.“ (Sponholz, 2018, 59ff).

Einer solchen Gruppe werden also Merkmale zugeschrieben, aufgrund derer sie herabgewürdigt wird. Menschen werden als ungleichwertig, als exklusive Gegensätze dargestellt. Betroffen sein können zum Beispiel Migrant\*innen, Frauen, Anhänger\*innen bestimmter Religionen oder homosexuelle Personen (Sponholz, 2018, 48f). In vielen Definitionen wird der Begriff Hate Speech insoweit eingeschränkt, dass nur bei Äußerungen gegen historisch schlechter gestellte Gruppen oder Minderheiten von Hass gesprochen werden soll. In der vorliegenden Arbeit werden aber auch Äußerungen gegen privilegierte Gruppen mit einbezogen, da erstens die Ergebnisse im Nachhinein noch nach betroffenen Gruppen aufgeschlüsselt werden können und um zweitens der immer öfter aus rechten Kreisen laut werdenden Behauptung nachzugehen, dass auch konservative Personen Hate Speech ausgesetzt sind und demnach des Schutzes bedürfen (Knight, 2018).

Die Begriffe *Hate Speech* oder *Hassrede* sind nach dem Dafürhalten mehrerer Autor\*innen unglücklich gewählt. Hate Speech ist nicht notwendigerweise von Emotionen getrieben, die wir in anderen Bereichen als Hass bezeichnen. Hass bezeichnet für viele ein individuelles Phänomen, also eine Emotion, die in einem einzelnen Menschen entsteht. Zudem sind aus Hass folgende Handlungen affektiv und somit irrational bzw. nicht ratio-

nal. Hassrede hingegen kann durchaus zweckrational durchdacht und in Ruhe geäußert worden sein und bezieht auch menschenverachtende Ideologien mit ein. Unter Hate Speech fallen also auch Äußerungen, die nicht die Emotion Hass äußern (Sponholz, 2018, 51f).

Die Unterscheidung zwischen Hate Speech und harter oder hämischer Kritik ist nicht immer einfach zu treffen. Eine Äußerung kann sich negativ auf eine unterdrückte Gruppe beziehen und trotzdem keine Hassrede sein. Gruppenmitglieder können sich beleidigt fühlen und trotzdem liegt keine Hassrede vor. In der vorliegenden Arbeit soll die Grenze dort gezogen werden, wo das Ziel einer Äußerung nicht die inhaltliche Kritik oder die Überspitzung tatsächlich getätigter Aussagen bzw. vorhandener Ansichten ist, sondern die Herabsetzung einer Gruppe. Darunter fallen selbstredend Schimpfwörter und Ethnophaulismen, Gewaltandrohungen, Gewaltwünsche oder Aufrufe zu Selbstverletzung oder Suizid. Des Weiteren fallen darunter Äußerungen, die einer Gruppe Eigenschaften oder Taten zuschreiben, deren Existenz nicht plausiblerweise behauptet werden kann und ohne vernünftigen Grund behauptet wird, um die Gruppe *auf menschlicher Ebene* herabzusetzen.

Dem Philosophen John Searle folgend wird im Folgenden davon ausgegangen, dass Sprache nicht nur Tatsachen repräsentiert, sondern selbst welche schafft, also selbst ein Akt ist. Eine Aussage besteht also nicht nur aus dem,

„was konkret gesagt oder geschrieben wird, sondern drückt auch Absicht und Folgen aus. Diese drei Elemente werden in der Sprechakttheorie als lokutionäre, illokutionäre und perlokutionäre Akte bezeichnet.“ (Sponholz, 2018, 62f)

Maßgebend für die unter 6. folgende Analyse sind alle drei Elemente und sollen deshalb kurz erläutert werden.

Der lokutionäre Teil einer Aussage besteht darin, *was* gesagt wird. In Sachen Hate Speech fallen darunter pejorative, also implizit abwertende Wörter, wie Schimpfwörter und Ethnophaulismen. Ein Ethnophaulismus ist eine abwertende Bezeichnung für eine ethnische Gruppe, zum Beispiel „Kraut“ als Bezeichnung für Deutsche, „Neger“ als Bezeichnung für farbige Menschen oder „Kopftuchmädchen“ als Bezeichnung für Musliminnen. Auch falsche Unterstellungen gehören zum lokutionären Teil einer Aussage.

Illokutionäre Elemente einer Aussage sind die dahinterstehenden *Intentionen*. Für Hate Speech wäre das beispielsweise der Wunsch, eine Gruppe zu diskreditieren, zum Schweigen zu bringen oder ihnen andere Schäden zuzufügen. Es muss allerdings keine direkte Intention sein. Wird die Her-

absetzung einer Gruppe in Kauf genommen, um damit zum Beispiel nur Aufmerksamkeit zu generieren, kann man ebenfalls von Hassrede sprechen.

Als perlokutionär werden die *Folgen* einer Aussage bezeichnet, die von der verantwortlichen Person entweder angestrebt oder zumindest in Kauf genommen werden. So muss jemand, der\*die schreibt „Anzünden sollte man die Flüchtlingsunterkünfte“ damit rechnen, dass andere das tatsächlich tun. Man spricht dabei auch von „dangerous speech“ (Sponholz, 2018, 63ff).

Die drei Elemente sind nicht scharf abtrennbar, aber wichtig, um zu verstehen, aus welchem Grund eine Äußerung als Hassrede bezeichnet wird oder eben nicht, da sich Hass im hier gemeinten Sinne auf allen drei Elementen finden kann.

Zusammengefasst wird Hate Speech hier definiert als eine Aussage, die eine (vermeintliche) Gruppe aufgrund zugeschriebener Merkmale herabsetzt. Dies kann direkt durch die Aussage geschehen sowie das Ziel oder eine plausiblerweise erwartbare Folge der Aussage sein. Hate Speech wird hier nicht auf Minderheiten oder historisch schlechter gestellte Gruppen beschränkt.

## 2.2 Beleidigung oder Beschimpfung

Beleidigungen oder Beschimpfungen sind herabsetzende Aussagen, die allerdings keine soziale Gruppe, sondern nur eine einzelne Person betreffen. Diese Person wird dabei auch tatsächlich als einzelne Person und nicht als Repräsentant\*in einer Gruppe angesprochen. Dies ist beispielsweise der Fall, wenn jemand schlicht als dumm oder als „Arschloch“ (Schimpfwort ohne ethnischen Bezug) bezeichnet wird. Werden allerdings rassistische Schimpfwörter oder Aussagen auf eine Einzelperson bezogen, ist auch von Hate Speech die Rede, da auch dann die (ihr zugeschriebene) Gruppe der Person eine Rolle spielt.

Die Herabsetzung kann, wie auch bei Hate Speech, im lokutionären, illokutionären und/oder perlokutionären Element einer Sprechhandlung zu finden sein.

Beleidigungen und Beschimpfungen werden einerseits erhoben, um eine bessere Vergleichbarkeit mit anderen Studien, die die Trennung zwischen Hassrede und Beleidigung nicht vornehmen, zu gewährleisten. Zum anderen sind sie auch wichtig für das Gesamtbild, das diese Arbeit über das Niveau des politischen Diskurses auf Facebook darstellen soll. Es ist anzunehmen, dass eine Schnittmenge besteht zwischen Menschen, die Beleidigungen und denen, die Hate Speech auf Facebook veröffentlichen.

## 2.3 Weitere Begriffe

Als *Posts* werden Beiträge bezeichnet, die auf einer SNS-Seite direkt von einem Account auf dem eigenen Profil veröffentlicht werden. Im hier vorliegenden Fall also Beiträge, die eine Partei auf ihrer Facebook-Seite bzw. in ihrer Facebook-*Chronik* postet.

*Kommentare* sind wiederum Beiträge, die als Reaktion unter einem solchen Beitrag veröffentlicht werden. Bei Facebook gibt es zwei Arten von Kommentaren, die ich aufgrund der Anordnung als *Erste-* und *Zweite-Ebene-Kommentare* bezeichne. Erste-Ebene-Kommentare sind Kommentare, die direkt als Reaktion auf den Post veröffentlicht werden. Zweite-Ebene-Kommentare beziehen sich wiederum auf einen Erste-Ebene-Kommentar und sind diesem auch im Layout untergeordnet.

Als *Follower*, *Abonnierende* und *Facebook-Fans* werden Accounts bezeichnet, die die Beiträge des entsprechenden Accounts abonniert haben. Bei Twitter und Instagram klickt man hierfür auf einen „Folgen“-Button, bei YouTube auf einen „Abonnieren“-Button und bei Facebook-Seiten auf „Abonnieren“ oder auf „Gefällt mir.“

Als *Likes* werden die „Gefällt mir“-Klicks bezeichnet, die Nutzende als Reaktion auf einen Post oder Kommentar hinterlassen haben.

*Share* bzw. *Teilen* bedeutet, dass ein Beitrag auf dem eigenen Profil weiterverbreitet wird. Bei Facebook ist das Teilen nur mit Posts, nicht mit Kommentaren möglich.

## 3. Vorüberlegungen

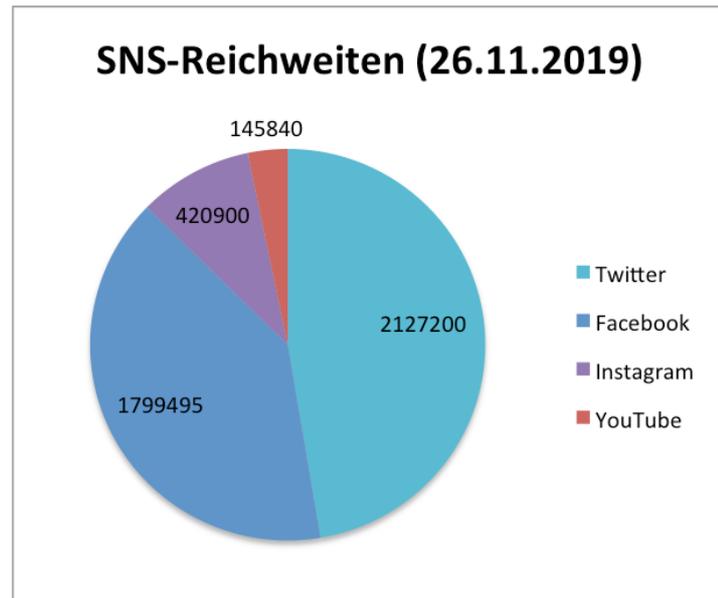
### 3.1 Relevanz des Themas

#### 3.1.1 Facebook als Teilöffentlichkeit

Bevor die Relevanz des Themenkomplexes um (Online) Hate Speech diskutiert wird, soll geklärt werden, welche Rolle das sogenannte soziale Netzwerk Facebook im politischen Diskurs spielt.

Die sieben aktuell (Stand: März 2020) im Bundestag vertretenen Parteien haben auf Facebook mit 1.799.495 Abonnierten insgesamt mehr Reichweite als auf Instagram (420.900 Abonnierte) oder YouTube (145.840). Nur bei Twitter ist die Reichweite mit 2.127.200 Abonnierten größer (Stand: 26.11.2019). Allerdings zeigen Umfragen, dass Facebook von 31% der Deutschen mindestens wöchentlich genutzt wird, während das bei Twitter nur für 4% der Bevölkerung gilt (ARD/ZDF, 2019b). Von circa jeder\*m vierten Nutzenden wird Facebook auch als Nachrichtenquelle genutzt, unter den 18- bis 34-jährigen von circa jedem\*r dritten (Hölig; Hasebrink, 2017, 40).

Laut Gerhards und Neidhardt ist Öffentlichkeit in den klassischen Massenmedien in drei Ebenen unterteilt. Dies sind, von unten nach oben: die Encounter-, die Themen- und die Medienöffentlichkeit. Die Encounter-Ebene bezeichnet die Öff-



entlichkeit, die entsteht, wenn Subjek-

Abbildung 1: SNS-Reichweiten aller Parteien

te unorganisiert miteinander kommunizieren, wie es im Alltag, z.B. am Arbeitsplatz, der Fall ist. Alle Teilnehmenden können dort als Sprechende oder als Publikum teilnehmen. Dies ist die größte Öffentlichkeit.

Auf der nächsthöheren Ebene, der Themenöffentlichkeit sind die Rollen stärker festgelegt. In dieser Öffentlichkeit findet eine themenzentrierte Kommunikation statt, die sich z.B. in Form einer Demonstration oder einer thematisch festgelegten Diskussion äußern kann. Solche themenzentrierten Öffentlichkeiten können spontan entstehen oder organisiert werden, bestehen aber nur temporär. Die Themen, die auf dieser Ebene diskutiert werden, erhalten größere Aufmerksamkeit durch die Medienöffentlichkeit als die Themen der Encounter-Ebene.

Die Medienöffentlichkeit ist im Gegensatz zu den zwei anderen dauerhaft existent und die Rollen der Subjekte sind nicht variabel. Die Individuen, auf dieser Ebene spezialisierte Personen wie Journalist\*innen, beobachten die Encounter- und die Themenöffentlichkeiten und stellen einige der dort kommunizierten Inhalte für ein größeres Publikum zur Verfügung bzw. legen sie auch selbst Inhalte fest. Medienöffentlichkeiten in diesem Sinne sind zum Beispiel Radiosender oder Zeitungen.

Zwischen diesen drei Öffentlichkeiten bestehen Selektionsmechanismen. Das heißt, dass nur ein Teil der in der Encounteröffentlichkeit diskutierten Themen Eingang in eine Themenöffentlichkeit bzw. dass nur ein Teil der Themen aus Encounter- und Themenöffentlichkeit Eingang in die Medienöffentlichkeit findet. Während die Zahl der Themen von unten nach oben abnimmt, nimmt die Reichweite zu (Gerhards; Neidhardt, 1990).

Bei Facebook ist diese Hierarchie nicht vorhanden: Die verschiedenen Öffentlichkeiten durchdringen sich gegenseitig. Alle Nutzenden stellen sich ihre persönliche Öffentlichkeit aus Medien-, Themen- und Encounteröf-

fentlichkeiten zusammen. Zudem können sich Nutzende, die in klassischen Massenmedien eher als passives Publikum auftreten, auch direkt selbst Inhalte erstellen. Die Konsument\*innen werden zu Prosument\*innen (Evers, 2019, 178f). Social Network Services wie Facebook weisen also ein hohes Maß an Reziprozität auf und sind insofern demokratischer, als dass Individuen oder Organisationen

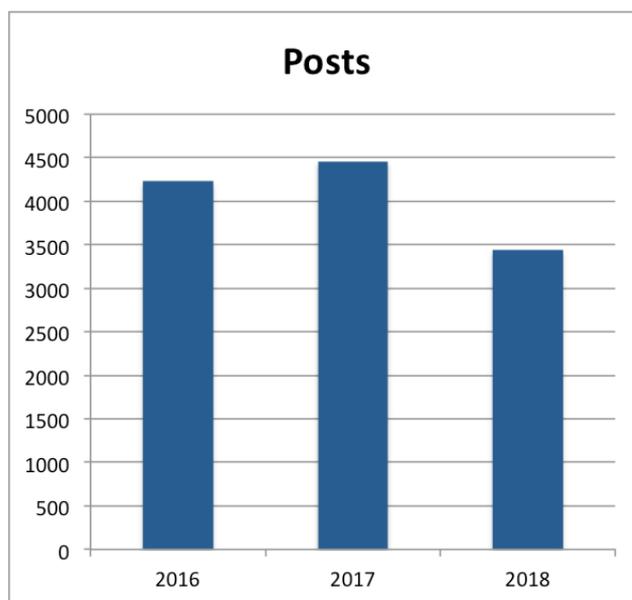


Abbildung 2: Anzahl Facebook-Posts aller Parteien pro Jahr

wie politische Parteien einen leichteren Zugang zu einem Publikum haben. Die Parteien sind weniger von der Gunst der klassischen Massenmedien abhängig. Es findet eine Kommunikation mit potenziell Interessierten statt, die sowohl direkt als auch wechselseitig sein kann (Evers, 2019, 244ff).

Damit einher gehen in Bezug auf Hate Speech einige Probleme, die speziell SNS-Seiten betreffen. Aufgrund der leicht zugänglichen Möglichkeit zur direkten Rückmeldung, vor allem in Form von Kommentaren, entsteht eine extrem große Masse an zu moderierenden Rückmeldungen. In den Jahren 2016 bis einschließlich 2018 wurden auf den Facebook-Seiten der sieben untersuchten Parteien mindestens<sup>1</sup> 4.447.947 Kommentare hinterlassen.

Zudem ist es möglich, Posts oder Kommentare unter Pseudonym zu verfassen. Dadurch und auch weil SNS-Dienste bis 2019 nicht verpflichtet waren, die Daten entsprechender User\*innen herauszugeben (Völlinger, 2019) ist es für Behörden wesentlich schwieriger, gegen Online Hate Speech vorzugehen. Die Hemmschwelle, Hate Speech per Facebook zu verbreiten ist also wesentlich geringer als dies z.B. per Leserbrief zu tun.

<sup>1</sup> So viele Kommentare lieferte die Datensammlung auf Facebook. Wie später deutlich wird, ist es plausibel, anzunehmen, dass mehr Kommentare hinterlassen, aber einige davon wegen regelwidriger Inhalte wieder gelöscht wurden.

Was Facebook außerdem zu einer für Untersuchungen zu Hate Speech relevanten Plattform macht, ist die Tatsache, dass die entsprechenden Regularien dort nicht ausreichend umgesetzt werden. Laut NetzDG sind „Anbieter sozialer Netzwerke, die im Kalenderjahr mehr als 100 Beschwerden über rechtswidrige Inhalte erhalten, [...]

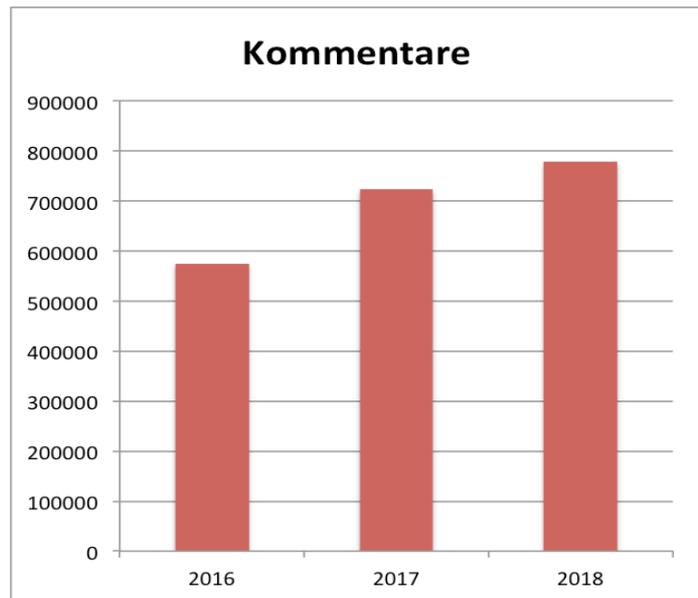


Abbildung 3: Anzahl Facebook-Kommentare aller Parteien pro Jahr

verpflichtet, einen deutschsprachigen Bericht über den Umgang mit Beschwerden [...] zu erstellen [...]“ (Steinmeier et al, 2017, 3352). Im Sommer 2019 verhängte das Bundesamt für Justiz allerdings ein Bußgeld gegen Facebook, weil es „im ersten Halbjahr 2018 unvollständige Angaben zur Anzahl der Beschwerden über rechtswidrige Inhalte gemacht“ und „über das Ausmaß rechtswidriger Inhalte und den Umgang des sozialen Netzwerks hiermit“ eine verzerrte Darstellung veröffentlicht habe. Zudem seien die veröffentlichten Berichte unschlüssig und nicht konkret genug (Brodbeck; Hofmann, 2019).

Die Relevanz des Netzwerks Facebook im Zusammenhang mit Hate Speech in Deutschland ergibt sich also aus drei Punkten: Erstens ist es unter den Deutschen die beliebteste SNS-Seite vor Twitter, Instagram und YouTube. Zweitens ist es eine spezielle Art von Öffentlichkeit, deren Eigenschaften der Verbreitung von Hate Speech zuträglich sind. Und drittens sind die Maßnahmen gegen Hate Speech von den Behörden, wie auch von Facebook selbst, immer noch unzureichend, weshalb Facebook nach wie vor ein Multiplikator für Hassbotschaften ist.

### 3.1.2 Einfluss von Hate Speech auf den Diskurs

Hasspostings bleiben nicht ohne Wirkung. Zum einen wirken sie auf individueller Ebene laut Hildegard Stienen, Fachärztin für Psychiatrie und Psychotherapie, ähnlich wie Mobbing:

„Gefühle von Ausgrenzung, Akzentuierung von Unterschieden statt Verbindendem, Erleben von Abwertung, Etikettierung, Entindividualisierung und das Erfahren eines Angriffs auf die Identität sind die Folgen der sprachlichen Mittel der Diskriminierung.“

Konkret kann dies Gedanken auslösen wie: Ich bin anders. Ich bin wenig oder gar nichts wert. Ich verhalte mich falsch. Ich bin nichts. Bin ich nicht richtig? Wieso bin ich so anders? Ich bin alleine. Gefühle von Ohnmacht, Hilflosigkeit, Ausgeliefertsein, Angst, Selbstzweifel, Schuldgefühle, Hoffnungslosigkeit, Trauer bis hin zu Zweifeln an einer gerechten Welt und Sinnhaftigkeit des eigenen Tuns können die Folge sein. Und auf der Verhaltensebene kann Rückzug aus der sozialen Gemeinschaft beobachtet werden“ (Gräßer, 2017, 57f).

Hate Speech im Netz kann bei Opfern direkt starke Selbstzweifel oder sogar psychische Beeinträchtigungen hervorrufen und das Selbstwertgefühl nachhaltig einschränken.

Zum anderen wirken Hasspostings auch auf den politischen Diskurs. Bis in die Achtzigerjahre des 20. Jahrhunderts hinein wurde weitgehend am libertären Modell der freien Rede festgehalten. Dieses geht zurück auf John Milton, der den Bereich der Ideen als Kampfplatz bezeichnet hat. Auf diesem Kampfplatz könnten, so Milton, konkurrierende Argumente und Weltanschauungen miteinander kämpfen und die Wahrheit würde immer siegen, da Gott dafür sorgen würde (Slagle, 2009, 239f). John Stuart Mill schloss sich circa 200 Jahre später an und argumentierte damit gegen die Zensur von Seiten der Regierung und warnte vor allem davor, den Diskurs zu verzerren, indem man Menschen mit abweichender Meinung als unmoralisch brandmarkt (Mill, 1945, 117).

Um 1980 bzw. 1990 wurde dieses Modell der freien Rede in den USA mit großer Resonanz infrage gestellt. Nachdem Universitäten und andere öffentliche Einrichtungen vermehrt mit Hate Speech konfrontiert worden waren, wurde versucht, dieser beizukommen, indem entsprechende Äußerungen verboten wurden. Eine wichtige Strömung in dieser Diskussion ist die Critical Race Theory. Ihre Vertreter\*innen weisen darauf hin, dass der von libertärer Seite postulierte Kampfplatz der Ideen nicht in der behaupteten Weise existiert. Es seien bereits vor dem Stattfinden einer Diskussion Vorurteile und Machtungleichheiten zwischen verschiedenen Gruppen („races, ethnicities, religions, genders, and sexual orientations“) vorhanden. Strukturell benachteiligte Gruppen wären beim Vorbringen ihrer Ansichten also schon im Vornherein benachteiligt. Der politische Diskurs sei also – im Gegensatz zur libertären Annahme – verzerrt, wenn benachteiligte Gruppen nicht vor Hate Speech geschützt würden. Der faire Kampf der Ideen könne nicht stattfinden, wenn privilegierte Gruppen mehr Macht hätten und diese nicht insoweit eingeschränkt wird, als dass historisch benachteiligte Gruppen keine Hate Speech fürchten müssen, wenn sie ihre Ansichten äußern (Slagle, 2009, 241ff).

Dieses Problem trifft auch für Deutschland zu: In einer Studie der Landesanstalt für Medien NRW geben über ein Drittel der Befragten an, dass Hasskommentare sie verängstigten. Bei den weiblichen Befragten waren es sogar 44% (Forsa, 2018, 9). Dies legt die Vermutung nahe, dass sich bestimmte Individuen aus Angst aus dem Diskurs zurückziehen. In einer Umfrage von Campact gab circa die Hälfte der Befragten an, sich wegen Hate Speech seltener zu ihrer politischen Meinung zu bekennen (Henning, 2019). Die Theorie der Schweigespirale lässt diese Vermutung ebenfalls plausibel erscheinen (Noelle-Neumann, 1996).

Online Hate Speech ist also für den politischen Diskurs virulent, weil es die Träger\*innen bestimmter Ansichten aus Angst bzw. Konformitätsdruck verstummen lässt.

### 3.1.3 Online Hate Speech und reale Folgen

Der bereits erwähnte Mord an Walter Lübcke ist eines der jüngsten Indizien dafür, dass Hate Speech im Internet Folgen für die reale Welt hat bzw. sich beides zumindest gegenseitig beeinflusst. Lübcke war bereits vorher nicht nur im Internet Hasskommentaren und Drohungen ausgesetzt. Selbst nach seiner Ermordung wurden weiterhin Hasspostings gegen ihn verfasst. Die reale Gewalt hatte also keine abschreckende Wirkung und wird online von nicht wenigen bejubelt. Ein erheblicher Teil der Personen, die Hasskommentare verfassen, scheint kein Problem mit physischer Gewalt oder gar einem Mord zu haben. Die Menge an Hasskommentaren kann also mindestens als Indikator für die Ausübung realer Gewalt gesehen werden.

Der Zusammenhang zwischen Online Hate Speech und realer Gewalt wurde in anderen Studien bereits belegt. In der Studie „Fanning the Flames of Hate: Social Media and Hate Crime“ wurde untersucht, ob ein Zusammenhang zwischen migrant\*innenfeindlichen Gewalttaten, migrant\*innenfeindlichen Einstellungen und der Facebook-Nutzung besteht. Gegenstand der Studie waren deutsche Verwaltungsbezirke. Diese wurden auf die Anzahl der dort stattfindenden entsprechenden Gewalttaten, der Anzahl entsprechender Facebook-Posts, der Anzahl an Facebook-Nutzenden insgesamt und der Aktivität auf entsprechenden Facebook-Angeboten der Alternative für Deutschland untersucht. Ein Ergebnis der Studie ist, dass in Wochen, in denen die Zahl migrant\*innenfeindlicher Posts erhöht ist, auch mehr entsprechende Straftaten verübt werden (Müller; Schwarz, 2018, 15). Während in Verwaltungsgebieten, in denen abwertende Einstellungen gegen Migrant\*innen vorherrschen öfter entsprechende Straftaten begangen werden, ist diese Zahl noch einmal wesentlich höher, wenn dort auch die Facebook-Nutzung überdurchschnittlich hoch ist (Müller; Schwarz, 2018, 22).

Aber nicht nur die Einschränkung des politischen Diskurses oder direkte Gewalt stehen im Zusammenhang mit Online Hate Speech. Auch tragen die Betroffenen Schäden davon, wenn Hasspostings nicht in reale Gewalt umgewandelt werden. So können Rezipient\*innen durch Hate Speech von negativen Stereotypen überzeugt werden, was eventuell später Schäden nach sich zieht, die von den entsprechenden Rezipient\*innen verursacht werden. Die Diskriminierung bestimmter Gruppen wird normalisiert und Nutzer\*innen können dazu gebracht werden, diskriminierendes Verhalten zu übernehmen (Sponholz, 2018, 33f).

Neben diesen „consequential harms“, gibt es auch „constitutive harms“. Während erstere sich aus den Folgen von Hate Speech, wie eben realer Gewalt, zusammensetzen, ergeben sich letztere direkt aus Hate Speech (Sponholz, 2018, 33). Zu diesen gehören soziale Schäden wie die Einschränkung der Versammlungs- oder Bewegungsfreiheit, wenn zum Beispiel marginalisierte Gruppen sich nicht mehr oder weniger trauen, diese wahrzunehmen. Auch kann sich Hate Speech direkt auf politische Entscheidungsprozesse auswirken oder zur Desintegration der betroffenen Gruppen führen. So ist nach der Veröffentlichung des Buches „Deutschland schafft sich ab“ von Thilo Sarrazin die Integrationsbereitschaft nicht-deutscher Muslim\*innen gesunken und Vorurteile gegen den „Westen“ sind gestiegen (Sponholz 2018, 34ff).

Zusammenfassend lässt sich sagen, dass Online Hate Speech relevant ist, weil es betroffene Individuen psychisch schädigt, zu mehr Gewalttaten führt oder zumindest mit diesen zusammenhängt, den politischen Diskurs verzerrt und bestimmte Gruppen in der Ausübung ihrer Meinungs- und Versammlungsfreiheit hindern kann.

### **3.2 Forschungsstand zum Thema Hate Speech auf politischen Facebook-Seiten**

Viele Veröffentlichungen zum Thema Online Hate Speech sind theoretischer Art, wurden bereits unter 2. beleuchtet und werden für die Entwicklung der Arbeitshypothesen (4.) noch wichtig und daher hier nicht weiter angesprochen.

Auch empirische Erkenntnisse werden hauptsächlich später herangezogen, um die Rollen der sozialen Medien für die verschiedenen Parteien zu erläutern (3.3) und Hypothesen bzw. Forschungsfragen (4.) sowie das Kategoriensystem (5.3 bzw. Anhang) zu begründen. Einige Ergebnisse sind für diese Arbeit aber schon vorher relevant.

Es wurde bereits erwähnt, dass eine Inhaltsanalyse von Kommentaren auf Facebook unter anderem relevant ist, weil das Netzwerk in den letzten Jahren in erheblichem Maße an Popularität gewonnen hat. Wichtig für die vorliegende Arbeit ist zudem die Tatsache, dass die Plattform auch in poli-

tischen Belangen erheblich an Beliebtheit gewonnen hat. So wurden auf den Facebook-Seiten der aktuell im Bundestag vertretenen Parteien im Jahr 2016 25 mal so viele Nutzer\*innen-Aktivitäten (Likes, Reaktionen, Kommentare, Shares) verzeichnet wie 2012 (Lucht et al, 2017).

In Bezug auf Online Hate Speech ist relevant, dass bei einer Umfrage der Landesanstalt für Medien NRW im Jahr 2018 78% der Befragten angegeben haben, schon einmal Hass im Netz wahrgenommen zu haben, während es 2016 nur 65% gewesen sind. Bei den 14- bis 24-Jährigen wird Hate Speech noch öfter wahrgenommen. Dort gaben 2018 96% an, schon einmal Hass im Netz wahrgenommen zu haben, 17% sogar sehr häufig (Forsa 2018).

In Bezug auf die Häufigkeit von Hate Speech auf Facebook allgemein (also nicht speziell im politischen Kontext) ist eine Studie von Radu M. Meza interessant. In dieser wurden 25 der beliebtesten Facebook-Seiten, zehn der beliebtesten Blogs und fünf der beliebtesten Nachrichten-Websites Rumäniens untersucht. Zu den Blogs gehörten Technik-Blogs, Koch-Blogs und Blogs von Journalisten oder prominenten Personen. Die Facebook-Seiten gehörten unter anderem zu Personen aus den Bereichen Musik, Sport, Medien und Politik. Interessant für die vorliegende Arbeit sind die Ergebnisse in Bezug auf die Häufigkeit von Hate Speech auf Facebook: Insgesamt könnten laut der Studie nur circa 0,1% der Kommentare als Hate Speech gewertet werden. Während circa 2% der Inhalte offensive Äußerungen enthielten und nur etwas weniger als 1% an eine Gruppe gerichtet waren, wurden diese beiden Kriterien zusammen nur von 0,1% der Kommentare erfüllt (Meza, 2016, 60ff). Auch wenn angemerkt werden sollte, dass mit der gewählten Methode möglicherweise nicht alle Hasskommentare als solche gewertet wurden<sup>2</sup>, ist der bei 2% liegende Anteil an offensiven Äußerungen ein nützlicher Vergleichswert.

Die Studie, die dem Erkenntnisinteresse dieser Arbeit am nächsten zu sein scheint, ist das Political Speech Project, das von Journalist\*innen der italienischen Wochenzeitschrift „L-Espresso“, des deutschen Vereins „netzpolitik.org e.V.“, der „Deutschen Welle“ und einer Datenwissenschaftlerin durchgeführt wurde. Für Deutschland wurden 10.000 Kommentare untersucht, die im Februar und März 2018 per Twitter oder Facebook an 45 zufällig ausgewählte Abgeordnete gerichtet worden waren. Von diesen Kommentaren, die – im Unterschied zu den in dieser Arbeit untersuchten Inhalten – eine Reaktion auf Äußerungen *einzelner* Politiker\*innen oder

---

<sup>2</sup> Die Inhaltsanalyse wurde computergestützt durchgeführt. Zudem war ein Kriterium für die Einordnung eines Kommentars als Hate Speech, dass dieser Kommentar sowohl eine offensive Äußerung wie ein Schimpfwort, Gewaltaufrufe („kill“, „shoot“, „beat“ etc.) oder Worte für Genitalien und Ähnliches, sowie einen explizit geäußerten Gruppenbezug (zu Roma, jüdischen Menschen, Atheist\*innen usw.) aufweisen musste. (Meza, 2016, 65ff). Hate Speech kommt allerdings gut ohne expliziten Gruppenbezug aus, wie nachfolgende sprachwissenschaftliche Erwägungen und auch die anschließende Inhaltsanalyse zeigen.

anderweitig politische relevanter Personen sind, werden 4,5% als beleidigend oder menschenverachtend gewertet. In Bezug auf bestimmte Themen ist diese Zahl wesentlich höher:

„Wer das Themendreieck Migration, Islam und AfD anspricht, landet rasch im Visier der Hassposter. [...] Auffällig ist auch, welche politische Seite stärker durchschlägt: Sechs von zehn aggressiven Kommentaren werteten wir als klar rechts.“

Während sich auf französischen Seiten deutlich mehr sexistische Hasskommentare finden, sind in Deutschland die meisten ausländer\*innenfeindlichen Äußerungen zu verzeichnen. Der Großteil der Hate Speech findet sich auf Facebook-Seiten und Twitter-Accounts von Mitgliedern der Alternative für Deutschland (Fanta; Thüer; Bröckling, 2018).

Neben diesen Studien gibt es auch noch Arbeiten, die einen Schritt weiter führen als die in dieser Arbeit durchgeführte Inhaltsanalyse und sich empirisch mit den realen Folgen von Online Hate Speech beschäftigen. So wurde bereits unter 3.1.3 erwähnt, dass Gewalt gegen Geflüchtete in Verwaltungsgebieten häufiger vorkommt, wenn dort, neben dem Vorherrschen migrant\*innenfeindlicher Einstellungen, auch Facebook überdurchschnittlich stark genutzt wird (Müller; Schwarz, 2018, 22). Des Weiteren fanden die Forscher heraus, dass in Verwaltungsgebieten, in denen die Facebook-Angebote der AfD genutzt werden, ebenfalls mehr Angriffe auf Flüchtlinge verübt werden. Demnach fanden 3.171 von 3.335 solcher Straftaten in eben den Gebieten statt, in denen Facebook-Seiten oder -Gruppen der AfD genutzt wurden.

### 3.3 Rollen der sozialen Medien für die verschiedenen Parteien

#### 3.3.1 Allgemeines

Auf Facebook stellen sich, wie bereits beschrieben, die Nutzenden ihre eigene persönliche Öffentlichkeit zusammen.

„Für Parteien als politische Akteure ist es also von entscheidender Bedeutung, Teil dieser persönlichen Öffentlichkeit im sozialen Netzwerk zu werden und ihre Inhalte demnach so zu gestalten, dass ein User bereit ist, diese mit seinem Netzwerk zu teilen und sich selbst mit ihnen zu verbinden.“ (Evers, 2019, 165)

Die Parteien verfolgen also das Ziel, Öffentlichkeitsarbeit zu betreiben, die direkt beim Publikum ankommt, ohne dass Journalist\*innen die veröffentlichten Informationen und Aussagen vorher gemäß eigener Kriterien oder Redaktionslinien filtern. Während SNS-Seiten für die einen Parteien eine Erweiterung der bereits vorhandenen PR-Werkzeuge sind, sind sie für die

AfD wesentlicher Bestandteil ihres Selbstverständnisses (abseits vom Mainstream). Auch zwischen den anderen Parteien gibt es deutliche Unterschiede bezüglich der Rollen der verschiedenen SNS-Seiten. Auf die konkreten Strategien der einzelnen Parteien wird in den folgenden Kapiteln eingegangen. Von den meisten Parteien wurde bei einer Befragung zur Bundestagswahl 2013 angegeben, dass Online-Maßnahmen eine immer bedeutendere Rolle einnehmen und ein wichtiges Standbein im Wahlkampf bilden (Evers, 2019, 237f).

Nach Auskunft der Parteien gibt es im Wahlkampf spezifische Eigenschaften und Funktionen des hier untersuchten Netzwerks Facebook. So würden die Inhalte der Parteien dadurch, dass Nutzende auf sie (mit Likes, Shares, Kommentaren) reagierten, auch in deren Facebook-Freundeskreis verbreitet. Dadurch, dass sie von einzelnen Nutzenden verbreitet würden, erhielten sie auch mehr Glaubwürdigkeit in diesem Freundeskreis. Des Weiteren sei die Öffentlichkeitsarbeit per Facebook kostengünstig und unabhängig von Journalist\*innen. Auch wichtig sei die Interaktivität, also die Tatsache, dass die Parteien zu ihren Kampagnen direktes Feedback der Facebook-User bekommen würden, auf das dann unmittelbar reagiert werden kann. Man hätte somit einen „kurzen Draht zu den Bürgern“, einen „Gradmesser für Frust und Begeisterung“ (Evers, 2019, 244ff).

Im Folgenden wird auf die Rolle von Facebook für die einzelnen Parteien genauer eingegangen. Es wird erklärt, wie wichtig das Netzwerk im Vergleich zu anderen Plattformen für die einzelnen Gruppen ist und welche Reichweite die Parteien durch Facebook im Vergleich zu anderen Parteien haben. Dazu wird beschrieben, welche Themen am häufigsten angesprochen werden. Zudem werden die Strategien der Parteien im Umgang mit Hate Speech untersucht, also z.B. ob es sogenannte Netiquetten bzw. Kommentarregeln gibt. Falls in anderen Untersuchungen bestimmte Auffälligkeiten im Umgang mit Facebook entdeckt wurden, werden sie ebenfalls hier aufgeführt.

Grundsätzlich ist hierbei anzumerken, dass im Online-Bereich alles größeren und schnelleren Schwankungen unterliegen kann als es bei nicht-virtuellen Untersuchungsgegenständen der Fall ist. So können die angegebenen Abonnierendenzahlen sich in wenigen Monaten stark ändern (so vermutlich im Zuge der rapide angestiegenen Beliebtheit der Grünen) oder die Schwerpunktthemen werden, evtl. wegen der angesprochenen direkten Rückmeldung von Seiten der Nutzenden, innerhalb kurzer Zeit geändert. Auch sind Abonnierende nicht zwangsläufig menschliche Personen, sondern können zum einen Unternehmen, zum anderen auch Bots oder mehrere Accounts der selben Person sein.

Alle genannten Abonnierzahlen sind auf dem Stand des 29. Novembers 2019. Untersucht wurden Facebook, Twitter, Instagram und YouTube.

### 3.3.2 Christlich Demokratische Union (CDU)

Die CDU liegt mit insgesamt (Facebook, Twitter, Instagram und YouTube zusammen) 561.976 Abonnierenden auf dem vorletzten Platz, was auffällig ist, da sie ja mit den meisten Stimmen in den Bundestag gewählt worden ist. Die meisten Follower verzeichnet die Partei mit 297.200 auf Twitter, Facebook liegt bei 215.476. Auf Facebook haben nur zwei Parteien (Linke und AfD) mehr Abonnierende als die CDU. Instagram ist mit 49.300 weniger wichtig, für YouTube werden keine Zahlen öffentlich angezeigt.

Mit 1.468 Facebook-Posts zwischen 2016 und 2018 liegt die CDU im Vergleich zu anderen Parteien hinten. Von 2016 zu 2017 stieg die Zahl der Posts, 2018 blieb sie fast gleich. Auf diese Posts kommen 594.013 Kommentare.

Im Wahlkampf zur Bundestagswahl 2017 waren die am meisten bespielten Themen der CDU Wirtschaftspolitik und innere Sicherheit (Lucht et al, 2017).

Auf der Facebook-Seite der CDU existiert eine Netiquette, in der darauf hingewiesen wird, dass sich die Seitenbetreibenden vorbehalten, Kommentare, die gegen geltendes Recht verstoßen, rassistisch oder Spam sind, zu löschen (siehe CDU-Netiquette).

### 3.3.3 Sozialdemokratische Partei Deutschlands (SPD)

Die SPD hat mit 210.402 Abonnierenden auf Facebook dort ebenfalls weniger Reichweite als auf Twitter (370.800 Abonnierende). Insgesamt liegt sie mit 639.502 Followern im Mittelfeld. Auf Instagram und YouTube ist die Reichweite mittelgroß.

Mit 1.596 Facebook-Posts in den drei Jahren liegt die Partei im Mittelfeld, ebenso mit den 500.011 Kommentaren. Auffällig ist, dass 2018 120 Posts weniger veröffentlicht wurden als im Vorjahr. Im Kontrast dazu steigt die Zahl der Kommentare im Zeitverlauf. Während auf einen

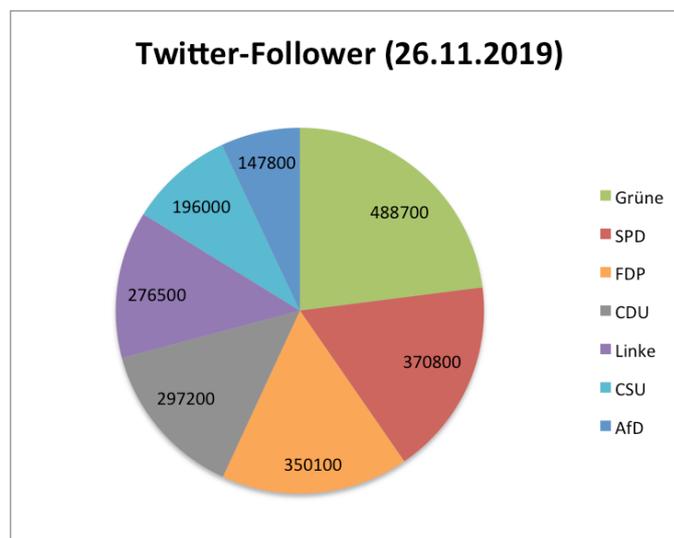


Abbildung 4: Anzahl Twitter-Follower pro Partei

Post im Jahr 2016 durchschnittlich 126 Kommentare kommen, sind es 2018 im Schnitt 573.

Die Topthemen der SPD sind Sozialpolitik, kultureller Liberalismus<sup>3</sup> und Wirtschaftspolitik (Lucht et al, 2017).

In der Netiquette der SPD wird sich vorbehalten, „rassistische, pornographische, sexistische, fremdenfeindliche, anderweitig diskriminierende, beleidigende oder sonstige die Persönlichkeitsrechte Dritter verletzende Inhalte“ zu entfernen. Des Weiteren erklärt die SPD, die entsprechenden Nutzenden zu sperren und bei Facebook zu melden (siehe SPD-Netiquette).

### 3.3.4 Alternative für Deutschland (AfD)

Die AfD ist mit 793.329 Abonnierenden insgesamt die Partei mit den zweitmeisten Followern (nach den Grünen). Bei Facebook liegt die Partei mit 508.629 Followern mit großem Abstand auf dem ersten Platz. Auch bei YouTube hat die Partei mit 68.200 Abonnierenden die größte Followerzahl. Auffälligerweise schneidet die Partei mit 147.800 Abonnierenden auf Twitter am schlechtesten ab. Auf Instagram liegt sie im Mittelfeld.

Der große Erfolg auf Facebook erklärt sich dadurch, dass die Partei mit der Plattform erst groß geworden ist. Damit bildet sie eine Ausnahme in der etablierten Parteienlandschaft. Nach eigener Angabe ist das Netzwerk für die Partei enorm wichtig, da Inhalte nicht von Journalist\*innen vorgefiltert werden (Schneider, 2017) und so wird es auch intensiver genutzt. Zudem gehört die Unabhängigkeit von Journalist\*innen aus den klassischen Massenmedien, von der Partei als „Mainstream-Medien“ o.Ä. bezeichnet, zum Selbstbild der AfD.

Die Partei gab Facebook bereits 2013 als „Herzstück der Onlinekampagne“ an (Evers, 2019, 242) und veröffentlichte dort ausführlichere Beiträge als die anderen Parteien (Evers, 2019, 272). Des Weiteren ergibt sich der Erfolg der AfD im In-

ternet laut dem Poli-

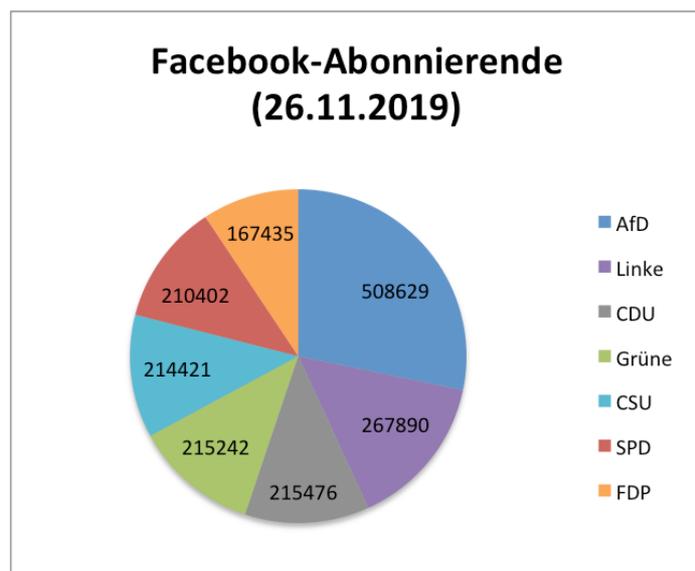


Abbildung 5: Anzahl Facebook-Abonnierende pro Partei

<sup>3</sup> Laut Studie werden darunter „Fragen zu Bürger- und Menschenrechten und zum bürgerlichen Selbstverständnis behandelt (zum Beispiel das Thema Datenschutz und Überwachung oder das Thema Ehe für alle)“ (Lucht et al, 2017)

tikberater Martin Fuchs daraus, dass die Partei auf Provokation setzt, was eine große Reichweite bringt (Deutschlandfunk, 2017). Rund 85% der von deutschen Parteien weiterverbreiteten Beiträge auf Facebook stammen von der AfD (Tagesspiegel, 2019).

Mit insgesamt 2.542 Posts liegt die Partei weit vorne. Erstaunlich ist, dass 2018 nur etwas mehr als halb so viele Posts (571) wie jeweils die Jahre zuvor (2016: 961, 2017: 1.010) veröffentlicht wurden. Mit insgesamt 1.835.080 Beiträgen findet sich mehr als ein Drittel aller Kommentare bei der AfD. Mit durchschnittlich 722 Kommentaren pro Post (2018 sogar 995 Kommentare pro Post) ist die Nutzer\*innengemeinde mit Abstand die aktivste. Im Vergleich zur Anzahl der AfD-Anhänger\*innen ist die Aktivität auf der Facebook-Seite extrem hoch.

Die Topthemen der AfD auf Facebook sind Migration, innere Sicherheit und kultureller Liberalismus (Lucht et al, 2017).

Die AfD hat als einzige Partei keine klaren Richtlinien, was die Kommentare auf ihrer Seite angeht. Zudem ist sie die einzige Gruppe, die Besucherbeiträge, also Posts von Nutzer\*innen in ihrer Chronik erlaubt.

Die Alternative für Deutschland war zudem in einer Untersuchung aus dem Jahr 2017 die einzige Partei, die in 51% ihrer Posts auf andere Massenmedien verlinkt, allen voran *focus.de* und *welt.de*. Alle anderen Parteien posten hauptsächlich eigene Beiträge ohne Links zu fremden Massenmedien (Lucht et al, 2017).

### 3.3.5 Freie Demokratische Partei (FDP)

Die FDP liegt mit insgesamt 582.125 Followern im Mittelfeld, bei Facebook mit 167.435 Abonnierenden sogar hinter allen anderen Parteien.

Auch mit der Anzahl der Posts liegt die FDP im Mittelfeld. Insgesamt wurden in den drei untersuchten Jahren 1.760 Beiträge veröffentlicht, die sich gleichmäßig auf die drei Jahre verteilen. Mit insgesamt 190.183 Kommentaren, also im Schnitt 108 Kommentaren pro Post verzeichnet die Facebook-Seite der FDP die geringste Nutzer\*innenaktivität. Dies mag daran liegen, dass die FDP noch im Jahr 2013 mehr Wert auf Off-

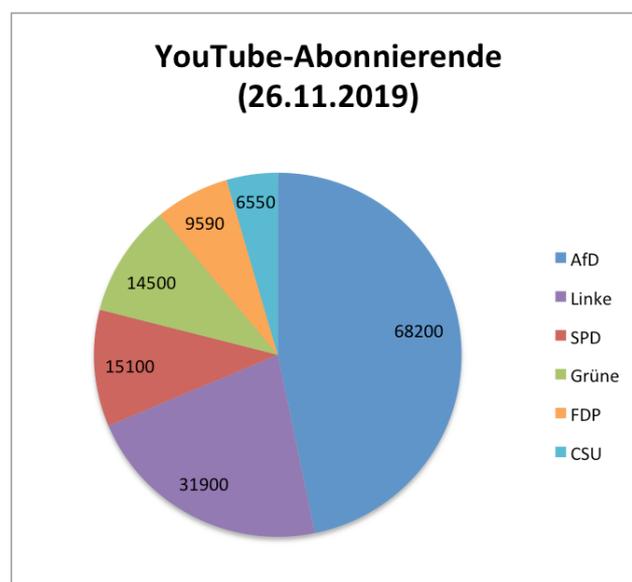


Abbildung 6: Anzahl YouTube-Abonnierende pro Partei

line-Aktivitäten gelegt hat, um vor allem ältere Wähler\*innen anzusprechen (Evers, 2019, 237).

Zum Wahlkampf 2017 wies die Partei die größte Themendiversifikation auf Facebook auf. Am häufigsten wurden die Themen Wirtschaftspolitik, innere Sicherheit und Bildung angesprochen (Lucht et al, 2017).

Auf der Facebook-Seite der FDP findet sich ein Verhaltenskodex, in dem darauf hingewiesen wird, dass von der Diskussion ausgeschlossen wird, wer sich nicht auf einen geposteten Inhalt bezieht, Spam oder Werbung postet, unter offensichtlich falschem Namen schreibt oder gegen geltendes Recht verstößt bzw. extremistische, rassistische, sexistische usw. Beiträge postet. Auf die Möglichkeit zu Strafanträgen wird ebenfalls hingewiesen. (siehe FDP-Verhaltenskodex).

### 3.3.6 Die Linke

Die Linke liegt mit insgesamt 667.990 Followern im Mittelfeld. Auf Instagram (74.000 Abonnierende) und Facebook (267.890 Abonnierende) belegt sie jeweils den zweiten Platz.

Mit insgesamt 1.900 veröffentlichten Beiträgen liegt die Partei in Sachen Posts ebenfalls auf dem zweiten Platz. Auffällig ist, dass die Anzahl der Posts über die Jahre von 828 über 665 zu 407 Stück pro Jahr abgenommen hat. Die Anzahl der Kommentare liegt bei insgesamt 318.184. Die durchschnittliche Anzahl an Kommentaren pro Post stieg über die Jahre von 54 zu 318. Bereits zum Wahlkampf 2017 verzeichnete sie die zweitmeisten Aktivitäten auf Facebook (Lucht et al, 2017).

Wie bei der SPD sind die am häufigsten angesprochenen Themen Sozialpolitik, kultureller Liberalismus und Wirtschaftspolitik (Lucht et al, 2017).

Die Linkspartei weist in ihrer Netiquette daraufhin, dass „Beleidigungen, Hassrede, sexistische, rassistische oder volksverhetzende Kommentare“ gelöscht und die verantwortlichen Nutzenden gesperrt werden. Zudem müssen sich Kommentare um das Thema des Posts drehen. Die Partei weist darauf hin, dass sie strafrechtlich relevante Beiträge sichert und zur Anzeige bringt (siehe Linke-Netiquette).

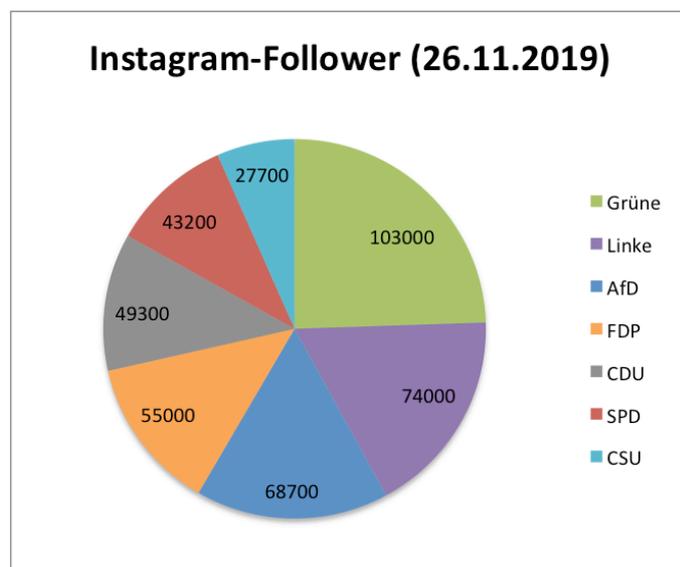


Abbildung 7: Anzahl Instagram-Follower pro Partei

### 3.3.7 Bündnis 90/Die Grünen (Grüne)

Die Grünen haben mit 821.442 Followern insgesamt die meisten Abonnierenden. Auf Twitter (488.700 Follower) und Instagram (103.000 Follower) liegen sie ebenfalls vorne. Bei Facebook liegt die Abonnierendenzahl mit 215.242 Followern im Mittelfeld. Der Online-Erfolg der Partei hängt wahrscheinlich mit ihrem Erfolg in den letzten Monaten vor der Erhebung zusammen und war im Untersuchungszeitraum möglicherweise noch nicht so stark.

Mit insgesamt 1.050 Posts liegt die Partei ganz hinten. Im Jahr 2018 wurden sogar nur 256 Beiträge veröffentlicht. Vermutlich wird größerer Wert auf die anderen Netzwerke gelegt. Mit 260.456 Facebook-Kommentaren insgesamt liegt die Partei auf dem vorletzten Platz, was die Nutzer\*innenaktivität angeht.

Die Hauptthemen der Grünen sind Umwelt und innere Sicherheit (Lucht et al, 2017).

In den Regeln für die Benutzung der Facebook-Seite wird darauf aufmerksam gemacht, dass Spam aller Art, Wahlwerbung anderer Parteien, Kommentare ohne direkten Bezug, Posts von Fake-Profilen und „[r]assistische, fremdenfeindliche, sexistische, verleumderische oder beleidigende Inhalte“ gelöscht und die Verfasser\*innen gesperrt und bei Facebook gemeldet werden. Auf die Möglichkeit der Strafverfolgung außerhalb von Facebook wird jedoch nicht hingewiesen (siehe Grünen-Regeln).

### 3.3.8 Christlich-Soziale Union (CSU)

Die CSU ist neben der AfD die einzige Partei, die auf Facebook (214.421 Follower) stärker ist, als auf Twitter (196.000), wo sie den vorletzten Platz belegt. Bei Instagram und YouTube liegt die Partei ganz hinten, bei Facebook im Mittelfeld.

Insgesamt liegt sie mit 444.671 Followern ebenfalls auf dem letzten Platz, was wahrscheinlich daran liegt, dass sie zumindest im Wahlkampf 2013 nach eigenen Angaben, wenig Wert auf Online-Maßnahmen gelegt hat (Evers,

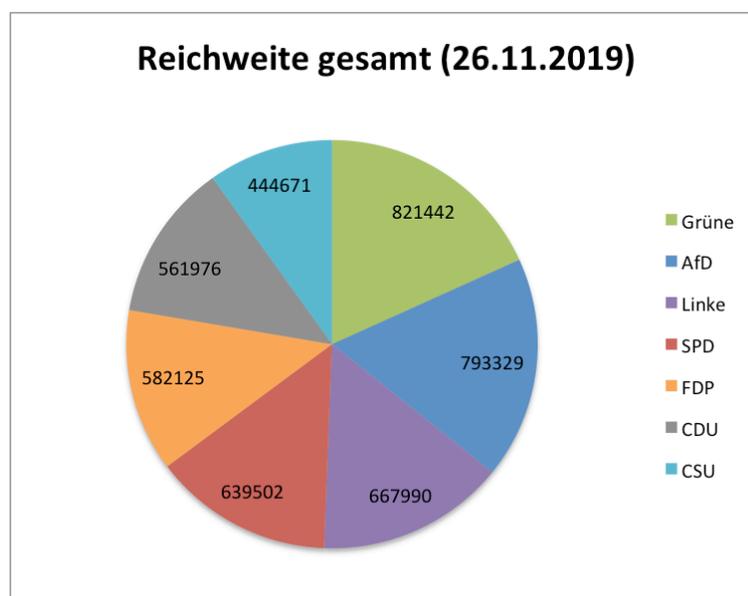


Abbildung 8: SNS-Reichweiten insgesamt pro Partei

2019, 237).

Die Partei verzeichnet insgesamt 1.809 Posts, die sich relativ gleichmäßig auf die drei Jahre verteilen. Auffällig ist, dass trotz der geringen Abonniere-zahlen insgesamt 750.020 Kommentare, also 415 Kommentare pro Post veröffentlicht wurden. Mehr Kommentare finden sich nur bei der AfD. Die am häufigsten angesprochenen Themen sind, genau wie bei der AfD, Migration, innere Sicherheit und kultureller Liberalismus (Lucht et al, 2017).

Die Netiquette der CSU ist nur für angemeldete Nutzer\*innen sichtbar.

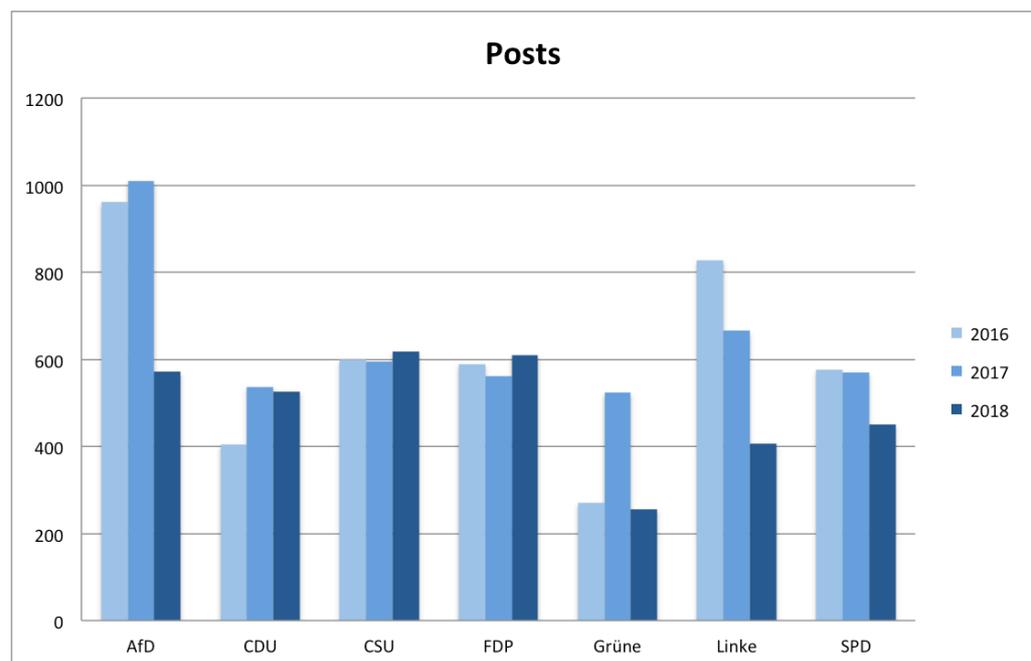


Abbildung 9: Anzahl Posts pro Partei und Jahr

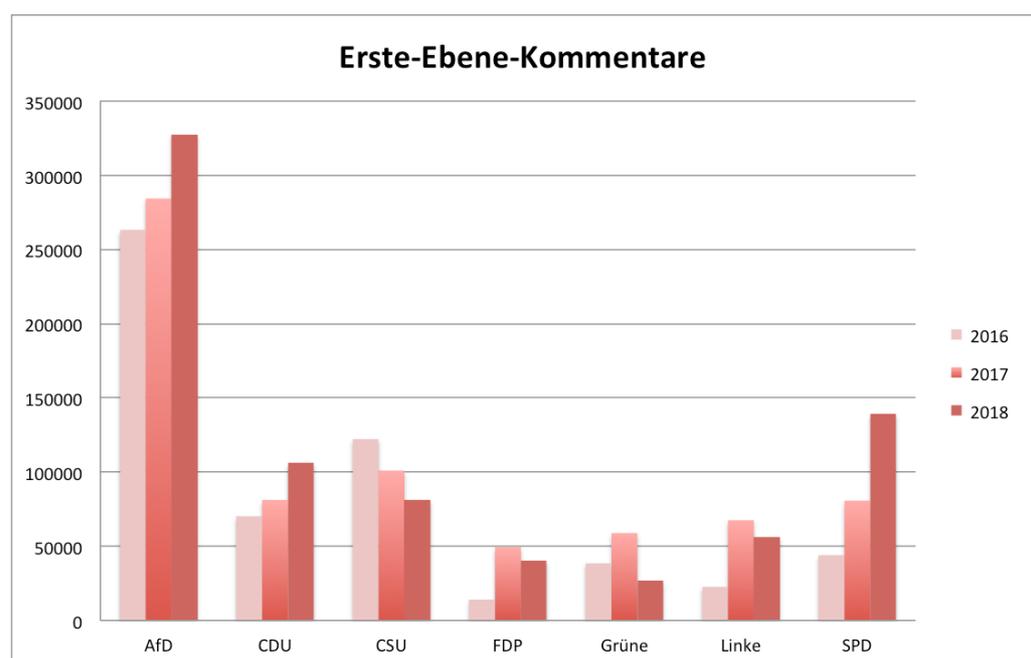


Abbildung 10: Anzahl Erste-Ebene-Kommentare pro Partei und Jahr

## 4. Forschungsfragen und Hypothesen

Im Folgenden werden die Forschungsfragen und Arbeitshypothesen vorgestellt. Erstere werden dabei mit „FF“, letztere mit „H“ und mit der jeweils entsprechenden Nummer abgekürzt.

### 4.1 Anteil an Hate Speech

*FF1: Wie hoch ist der Anteil an Hasskommentaren insgesamt?*

Um beurteilen zu können, wie virulent das Phänomen Hate Speech auf den verschiedenen Facebook-Seiten ist, ist es wichtig, zu wissen, wie hoch der Anteil ist. Beim *Political Speech Project* lag der Anteil von menschenverachtenden und beleidigenden Kommentaren bei rund 4,5% (Fanta et al, 2018).

Laut eigener Auskunft der Parteien findet die Debatte auf Facebook auf einem extrem niedrigen Niveau statt:

„Zwischen rumänischen Hundebabys und anderen Absurditäten komme es kaum einmal zu einer echten Diskussion, zu 80 Prozent handle es sich bei den Kommentaren um Spam (vgl. CDU). Man sei jedoch froh um jeden, der seine Meinung einbringt und nicht nur Beschimpfungen abgibt, ergänzt der Vertreter der SPD und Thomas Diener von der FDP findet selbst die Bewertung der Qualität der Diskussion als mau ‚ist noch hochgegriffen‘. Vor allem im Vergleich zu Netzwerken wie Twitter finde man auf Facebook die ‚politisch ungebildetsten Kommentare‘, die zudem noch anfällig für Populismus wären (vgl. Piratenpartei).“ (Evers, 2019, 332).

Es ist also anzunehmen, dass der Anteil an Hate Speech auf den Facebook-Seiten der Parteien nicht unerheblich ist.

*H1: Der Anteil an Hasskommentaren steigt im Zeitverlauf.*

Laut der bereits angesprochenen Studie der Landesanstalt für Medien NRW stieg die Wahrnehmung von Hate Speech im Zeitverlauf (Forsa, 2018). Auch in vielen journalistischen Veröffentlichungen wird Ähnliches geschrieben: Susanne Gaschke von der Welt spricht von einem unaufhörlich steigenden Aggressionsniveau (Gaschke, 2019), die baden-württembergische Polizei erfasst nach eigenen Angaben zunehmend mehr Hasskommentare (Eyckeler, 2019) und auch Bundespräsident Frank-Walter Steinmeier beklagte bereits 2017 eine „Verrohung der Umgangsformen im Netz“ (Merkur, 2017). Aus diesen Gründen, v.a. in Bezug auf die genannte Studie, wird angenommen, dass der Anteil an Hasskommentaren im Verlauf der drei Jahre ansteigt.

*H2: Der größte Anteil an Hasskommentaren findet sich bei der AfD.*

Diese Arbeitshypothese ist dadurch begründet, dass sich sämtliche Literatur sowie ein Großteil der empirischen Studien zum Thema Hate Speech hauptsächlich um Hass aus dem rechten politischen Spektrum dreht. So wird laut dem *Political Speech Project* in sämtlichen dort untersuchten Ländern Hate Speech vor allem mit rechten Parteien in Verbindung gebracht (Fanta et al., 2018).

Der Politikberater Martin Fuchs nimmt an, dass es *Pegida* ohne Facebook nicht gäbe, was plausibel ist, da sich dieses Netzwerk, wie auch die AfD, zu einem großen Teil per Facebook organisiert. Die Mehrheit der Nutzenden, die Hasskommentare veröffentlichen, vertritt autoritäre Positionen, lehnt Einwanderung aus bestimmten Kulturkreisen ab und spricht sich gegen die rechtliche Gleichstellung von Homosexuellen aus (Krause, 2017, 82), was alles sowohl zur rechtsradikalen Ideologie sowie auch speziell zur AfD passt.

Ein Phänomen, das sowohl zur Definition von Hate Speech passt, als auch ein rhetorisches Mittel von Rechtspopulist\*innen ist, ist das sogenannte *Scapegoating*. Hierbei wird eine bestimmte Gruppe (oft: Migrant\*innen oder Linke) für alle gesellschaftlichen Probleme verantwortlich gemacht, „egal, ob es sich um Arbeits-, Wohn- oder Schulpolitik handelt“ (Sponholz, 2018, 90).

Hate Speech ist speziell für Populist\*innen aus dem rechten politischen Spektrum ein Propagandamittel:

„Dies ist darin begründet, dass Rechtspopulisten den Antagonismus zwischen Elite und Volk auf einer identitären Politik aufbauen. Während sich Linkspopulismus durch Internationalismus und Post-Nationalismus kennzeichnet, ist der Rechtspopulismus nationalistisch/chauvinistisch“ (Sponholz, 2018, 91).

Da die Ausgrenzung fremder Gruppen rechtspopulistischer Politik immanent und auch ein notwendiger Bestandteil von Hate Speech ist, liegt es nahe, anzunehmen, dass sich Hass vor allem bei rechten Gruppierungen, hier also der AfD findet.

Zusätzlich zu dieser Hypothese wird an dieser Stelle untersucht, wie hoch der Anteil an Hasskommentaren bei anderen Parteien ist und ob sich in Hinsicht auf diese Verteilung Auffälligkeiten im Verlauf der drei Jahre zeigen.

#### **4.2 Themen, auf die mit Hate Speech reagiert wird**

*FF2: Welche Themen ziehen den größten Anteil an Hasskommentaren nach sich?*

Zunächst soll an dieser Stelle herausgefunden werden, welche Themen grundsätzlich am häufigsten kommentiert werden. Dabei werden auch Parteibesonderheiten und die Entwicklung im Verlauf der drei Jahre untersucht. Die Themen, zu denen im Jahre 2013 am meisten gepostet (nicht kommentiert) wurde, waren Energiepolitik, Europapolitik und Netzpolitik (Evers, 2019, 281f). 2017 fanden sich besonders viele Kommentare zu identitätspolitischen Themen (Lucht et al, 2017). Auch wenn die Kategorien in der nachfolgenden Inhaltsanalyse abweichen, lassen sich Vergleiche ziehen.

Um das Phänomen Online Hate Speech einordnen zu können, ist es wichtig, zu wissen, auf welche Themen mit Hass reagiert wird. Zudem wird untersucht, ob es diesbezüglich Parteibesonderheiten gibt und ob sich die Themenverteilung über den Untersuchungszeitraum verändert. Beim bereits angesprochenen *Political Speech Project* fanden sich die meisten Hasskommentare im „Themendreieck Migration, Islam und AfD“ (Fanta et al, 2018).

### 4.3 Betroffene Gruppen

*H3: Die meisten Hassposts richten sich gegen Migrant\*innen.*

Da Hate Speech vorwiegend aus dem rechten politischen Spektrum kommt und bereits genannte Studien ergaben, dass Migrant\*innen ein Hauptziel von Hasskommentaren sind, liegt diese Annahme nahe. Zwar kann an dieser Stelle kein Rückschluss darauf erfolgen, wie viele solcher Posts tatsächlich veröffentlicht wurden, da die Selektion nicht nach der Anzahl der Posts, sondern der Anzahl der Erste-Ebene-Kommentare erfolgt ist. Jedoch kann daraus zumindest geschlossen werden, welche Art von Posts die meiste Aufmerksamkeit durch Kommentare bekommt.

*H4: Die meisten Hasskommentare richten sich gegen Migrant\*innen.*

Diese Hypothese wird ebenfalls durch die bereits erwähnten Studien begründet (siehe v.a. Fanta et al., 2018; Fleischhack, 2017, 24; Krause, 2017, 82).

An dieser Stelle soll außerdem untersucht werden, gegen welche Gruppen sich außerdem die meisten Hasskommentare richten. Auch hier werden Entwicklungen im Zeitverlauf und Parteibesonderheiten berücksichtigt. Die daraus folgenden Ergebnisse sind ebenfalls wichtig, um das Phänomen politisch einordnen zu können.

*H5: Rechte und Konservative sind genau so oft Opfer von Hasskommentaren.*

Von rechten Politiker\*innen werden regelmäßig Äußerungen vorgebracht, die in Richtung dieser Hypothese gehen. So sieht sich die AfD beispielsweise als Opfer von „Hetze“ (Rieger, 2019), die rechtsradikale Plattform

PI-News sieht die Partei als Verteidigerin der Meinungsfreiheit (PI-News, 2019) und Alice Weidel spricht von einem „linksextremen Meinungsterror“ (AfD Kompakt, 2019).

Um festzustellen, ob diese Aussagen, die den Ergebnissen sämtlicher Studien widersprechen, Wahrheitsgehalt besitzen, wird diese Arbeitshypothese untersucht.

#### 4.4 Hate Speech in der Filterblase

*H6: Hasskommentare werden häufiger geliket als Nicht-Hasskommentare.*

Es ist wichtig zu wissen, wie auf einen Hasskommentar, der veröffentlicht und von den Moderator\*innen und Facebook selbst nicht gelöscht wird, reagiert wird. Da es im Zuge der nachfolgenden Inhaltsanalyse nicht möglich ist, zu beurteilen, ob Diskussionen stattfinden, oder ob gegengeredet wird (da Zweite-Ebene-Kommentare nicht untersucht werden können), soll zumindest geklärt werden, wie beliebt Hasskommentare im Vergleich zu anderen sind, wie viele „Likes“ sie also erhalten.

Hildegard Stienen ist der Ansicht, dass sich Hassrede in Online-Netzwerken in besonderem Maße vorfindet, da eine „Gruppenpolarisierung“ stattfindet:

„Die allgemeine Position [hier evtl. die der Partei oder der Gruppe der Abonnierten, BR] in einer Debatte wird übernommen; und um von den anderen besonders wertgeschätzt zu werden, radikalisiert sich die anfängliche eigene Haltung. Hinzu komm[t] die bereitwillige Aufnahme von Argumenten, die die eigene Ansicht bestätigen [...]. Forschungsergebnisse bestätigen darüber hinaus, dass Nachrichten, die negative Emotionen wie Ärger und Zorn aktivierten, häufiger in den sozialen Medien bestätigt und geteilt werden.“ (Gräßer, 2017, 61).

Die Medienpsychologin Josephine B. Schmitt sieht in Hate Speech den Versuch, sich von Fremdgruppen abzugrenzen, und sich selbst zu überhöhen, sich ein positives Selbstkonzept zu schaffen (Schmitt, 2017, 52f). Es scheint plausibel, dass Kommentare, die auf eben diese Dinge (Gruppenpolarisierung und Abgrenzung) abzielen, von betreffenden Nutzer\*innen auch eher geliket werden.

Auch kann davon ausgegangen werden, dass sich um die Facebook-Seiten sogenannte Filterblasen bilden, also dass sich dort Menschen mit ähnlichen Einstellungen sammeln. Laut der Theorie der kognitiven Dissonanz versuchen Individuen, Konsistenz zwischen ihren Kognitionen herzustellen. Das bedeutet, dass Menschen in Bezug auf ihr Wissen, ihre Meinungen, Überzeugungen, Wertvorstellungen und Einstellungen dissonante kognitive Elemente vermeiden (Zillich, 2019, 21f).

Eine rechtsextreme Person würde beispielsweise laut der Theorie linke oder demokratische Inhalte meiden. Ähnliches beschreibt die Forschung zum Phänomen des „Selective Exposure“, laut dem Menschen bevorzugt Medieninhalte nutzen, die ihren vorhandenen Einstellungen entsprechen (Zillich, 2019, 29f). Geht man zusätzlich von der oben genannten Gruppenpolarisierung aus, scheint es plausibel, anzunehmen, dass dort, wo bereits Gruppen bestehen, sich diese auch erhalten und in ihren Kognitionen verstärken. Werden auf einer Facebook-Seite von den Moderator\*innen einzelne Hasskommentare nicht gelöscht, bildet sich dort eventuell eine solche Filterblase, in der Menschen sich gegenseitig ihre Einstellungen bestätigen.

Wie gesagt, kann hier nicht auf schriftliche Reaktionen wie z.B. Zweite-Ebene-Kommentare eingegangen werden. Auch können die verschiedenen, 2016 eingeführten Klick-Reaktionen (außer „Gefällt mir“ noch „Love“, „Haha“, „Wow“, „Traurig“ und „Wütend“) nicht beachtet werden. Diese sind jedoch zum Teil auch nicht eindeutig. So können die letzten vier sowohl zustimmend als auch ablehnend gemeint sein. Likes können hingegen eindeutig als Zustimmung gewertet werden und der „Gefällt mir“-Button ist nach wie vor der meistgenutzte (Fanpage Karma, 2016; eigene Erhebung).

Diese Forschungsfrage ist relevant, da sie zeigt, ob sich eine Art Echokammer bzw. Filterblase um Hate Speech bildet. Es kann daraus geschlossen werden, ob auf der Facebook-Seite der betreffenden Partei Hassrede eher verurteilt oder unterstützt wird.

*H7: Auf Hassposts wird öfter als auf andere Posts mit Hasskommentaren reagiert.*

Die oben bereits angesprochenen Konsistenztheorien (Zillich, 2019, 21ff) lassen auf diese Hypothese schließen: Eine Facebook-Seite, auf der Hassposts veröffentlicht werden, zieht vermutlich eher Personen an, mit deren Kognitionen diese Posts konsonant sind. Wer potenziell Hasskommentare verfasst, fühlt sich von vorhandenen Hassposts vermutlich angezogen bzw. sucht explizit nach dieser Art von Inhalten, weil sie den eigenen Einstellungen nicht widersprechen und diese sogar bestätigen. Findet solch eine Person einen Hasspost, wird sie mit erhöhter Wahrscheinlichkeit mit einem Hasskommentar darauf reagieren.

Auch laut der Theorie der Schweigespirale von Noelle-Neumann ist diese Hypothese plausibel. Wer sich in einer Diskussion als Sieger\*in wähnt, ist eher bereit, die eigene Meinung kundzutun. Wer auf einen Hasspost mit einem zustimmenden Kommentar reagiert, wird wahrscheinlich als „Sieger\*in“ hervorgehen. Im Gegensatz dazu wird, wer den Hasspost verur-

teilt, schweigen, um nicht der Missbilligung anderer Nutzer\*innen ausgesetzt zu sein (Noelle-Neumann, 1996, 41ff).

## 5. Vorgehen

### 5.1 Untersuchungsgegenstand

Den Untersuchungsgegenstand der folgenden Erhebung bilden die Facebook-Seiten der aktuell (Stand Februar 2020) im Bundestag vertretenen politischen Parteien (siehe 3.3). Untersucht werden die „normalen“ Facebook-Seiten der Parteien, also weder die Fraktionsseiten, noch die der Landes- oder Kommunalgruppen, noch die Seiten einzelner Parteifunktionär\*innen.

Die Grundgesamtheit der Merkmalsträger bilden die Erste-Ebene-Kommentare auf eben diesen Seiten, die zwischen dem 1. Januar 2016 und dem 31. Dezember 2018 veröffentlicht wurden.

### 5.2 Hypothesenbildung und Kategoriensystem

Die Hypothesenbildung erfolgte theoriegeleitet. Die Hypothesen wurden zum einen aus grundlegenden kommunikationswissenschaftlichen Theorien hergeleitet (H6, H7). Zum anderen wurden journalistische Beiträge zum Thema verwendet (H1, H4, H5). Die größte Rolle bei der Hypothesenbildung spielten themenspezifische theoretische und empirische Studien (H1, H2, H3, H4, H6).

Die gewählten formalen Kategorien (Jahr der Veröffentlichung, Partei) inklusive der dazugehörigen Werte richten sich nach dem Studienumfang, die inhaltlichen nach den gewählten Hypothesen.

Die Ausarbeitung der inhaltlichen Kategorien erfolgte auf Basis von theoretischen Arbeiten, empirischen Studien und der ersten Exploration des Datenmaterials.

Die Werte der Kategorie *Thema des zugehörigen Posts* wurden zum einen aus den weiter oben genannten theoretischen Arbeiten abgeleitet. So ist das Phänomen Hate Speech beispielsweise in der Regel mit den Themen *Migration, Identität und Nationalbewusstsein* oder *LGBTQIA+* verbunden. Die Werte *Frauenrechte* und *Religion* finden sich bereits in anderen empirischen Studien. Die restlichen Kategorien, darunter *Medien, Terrorismus, Parteibezogenes* und *EU-Politik* fanden sich bei der Exploration.

Die Kategorien *Posttyp* und *Kommentartyp*, die jeweils aus den Werten *Hate Speech, Beleidigung oder Beschimpfung* und *Keine Beleidigung, Beschimpfung oder Hate Speech* bestehen, wurden ausschließlich aus den Theorien zu Hate Speech abgeleitet. Wie unter 2.1 gezeigt wurde, wird diese Unterscheidung in fast allen Theorien verwendet.

Die Kategorien *Betroffene Gruppe (Hasspost)* und *Betroffene Gruppe (Hasskommentar)* wurden auf Basis von Theorie, Empirie und Exploration ausgearbeitet. Dass von Hate Speech erheblich oft *Migrant\*innen* und *Muslim\*innen* betroffen sind, zeigen sowohl theoretische Veröffentlichungen wie auch empirische Studien. Letztere weisen auch darauf hin, dass *Linke* bzw. *Politiker\*innen* im Allgemeinen häufig betroffen sind. *Rechte* bzw. *Konservative* als betroffene Gruppe leiten sich aus der Hypothese H5 ab. Die restlichen Werte, darunter *Umweltschützer\*innen*, *Grüne*, *Unterstützende anderer Parteien* und *Medienvertretende* wurden im Zuge der Exploration hinzugefügt.

Den inhaltlichen Kategorien wurden anfangs teilweise mehr Werte zugeordnet. Wenn sie jedoch in der Erhebung nicht aufgetaucht sind (wie z.B. *Christ\*innen* als *Betroffene Gruppe*), wurden sie im Nachhinein wieder entfernt.

### 5.3 Datensammlung und Fallauswahl

Die zugrundeliegenden Daten wurden mit der von Bernhard Rieder (Universität Amsterdam) entwickelten Facebook App *Netvizz* (Rieder, o. J.) gesammelt. *Netvizz* sammelt die Daten nicht in Echtzeit, sondern retrospektiv für einen vorgegebenen Zeitraum auf der vorgegebenen Facebook-Seite. Ein Problem, das dabei auftauchen kann, ist, dass Posts und Kommentare, die in der Zwischenzeit wieder gelöscht wurden, nicht zugänglich sind. Da vermutlich gerade Beiträge, die Hate Speech enthalten, wieder entfernt werden, kann aus der nachfolgenden Erhebung nicht auf die Zahl an geschriebenen Hasskommentaren/Hassposts geschlossen werden. Es kann nur gezeigt werden, wo die meisten zu finden sind, also auf welcher Seite sie zwar nicht zwangsläufig hauptsächlich veröffentlicht, aber geduldet werden.

Um die Daten zu erhalten, muss bei *Netvizz* die ID einer Facebook-Seite, sowie der gewünschte Zeitraum angegeben werden. In der Regel konnte ein ganzes Jahr pro Partei in einer Datei gesammelt werden. In einigen Fällen, vor allem bei der AfD, war die Zahl der Kommentare so hoch, dass bis zu sechs Dateien für ein Jahr erstellt werden mussten. Am Ende bestand der Datensatz aus 146 Dateien, von denen 42 für die Erhebung relevant waren.

*Netvizz* erstellt Dateien im .tab-Format. Diese wurden in .xlsx-Dateien (Excel) umgewandelt. Die relevanten Tabellen enthalten das Datum des Kommentars, den Inhalt des Kommentars, den Inhalt des dazugehörigen Posts, die Information, ob es sich um einen Erste- oder Zweite-Ebene-Kommentar handelt und die Anzahl der Likes.

Auf Basis dieser Dateien wurden erste grundlegende Zahlen erhoben, darunter die Gesamtzahl aller Erste- und Zweite-Ebene-Kommentare pro

Partei und Jahr, die Anzahl der durchschnittlich gegebenen Likes und die Anzahl der Posts pro Partei und Jahr.

Insgesamt wurden auf den Seiten der genannten Parteien im besagten Zeitraum 4.447.947 Kommentare veröffentlicht und bis zum Zeitpunkt der Erhebung nicht wieder entfernt. Für die Inhaltsanalyse wurden in den einzelnen Excel-Tabellen per Filterfunktion alle Zweite-Ebene-Kommentare aussortiert. Dies waren 2.372.945 Stück, also 53,35% aller gesammelten Kommentare.

Um am Ende auf eine Zahl von circa 2.100 Untersuchungseinheiten zu kommen, wurde eine einfache Zufallsstichprobe gezogen. Da die Einheiten in 42 Tabellen verteilt waren, musste die Stichprobe Dateiweise gezogen werden. Aus jeder Tabelle wurden 0,1012% (2.100 von 2.372.945 sind 0,1012%) der dort vorhandenen Kommentare zufällig herausgefiltert. Hierfür wurden in den Tabellen jeweils in der ersten Spalte Zufallszahlen generiert. Diese wurden (da sie sonst während der Bearbeitung immer wieder neu generiert würden) in Werte umgewandelt. Danach wurden die Tabellen nach diesen Zufallszahlen aufsteigend sortiert, woraufhin die ersten 0,1012% der Zeilen in eine andere Tabelle (Erhebungsgesamtheit) kopiert wurden. Bei der kleinsten Tabelle (FDP 2016) waren dies 14, bei der größten (AfD 2018) 332 Zeilen bzw. Erhebungseinheiten. Bei diesem Vorgang sind Rundungsfehler nicht ausgeschlossen. Aufgrund der hohen Zahl an Untersuchungseinheiten dürfte die Stichprobe aber relativ exakt sein.

#### 5.4 Testphase

Die Erhebung wurde nur von einem einzelnen Codierer durchgeführt. Daher kann nur etwas über die Intracoder-Reliabilität (ein Codierer codiert zu verschiedenen Zeitpunkten dasselbe Material) ausgesagt werden. Das Testmaterial sollte hierbei mindestens aus 30-50 Fällen bestehen (Früh, 2017, 180).

Hierfür wurde aus der Erhebungsgesamtheit nochmal auf die gleiche Weise wie unter 5.4 beschrieben eine einfache Zufallsstichprobe von 50 Einheiten gezogen. Diese wurde im Abstand von vier Wochen zweimal probehalber direkt in Excel codiert. Danach wurden die beiden Tabellen manuell abgeglichen. In 44 Fällen stimmten die Ergebnisse überein, die Retest-Reliabilität liegt also bei 88%.

88% ist für die Retest-Reliabilität ein ausreichender Wert, gewünscht sind in Studien ähnlicher Art mindestens 80% (Früh, 2017, 183f). Problematisch ist, dass es nur einen Codierer gibt, somit keine Diskussion stattfinden, nicht durchgewechselt und keine erneute Codierung durch eine andere Person stattfinden konnte. Eine Intercoder-Reliabilität kann folglich nicht gemessen werden, was ein Nachteil ist, da diese Aussagen über die

gesamte Reliabilität bzw. auch die Validität (Früh, 2017, 188f) möglich macht.

## 5.5 Codierung

Codiert wurde die Erhebung mithilfe der kostenfreien Software *PSPP* der *Free Software Foundation* (siehe Free Software Foundation). In diese wurden die Werte aus der Erhebungsgesamtheit (Excel-Tabelle) manuell eingegeben bzw. basierend auf dem definierten Kategoriensystem kategorisiert. Daraus wurden, teilweise mithilfe der Filterfunktion und der Erstellung weiterer *PSPP*-Dateien (z.B. mit allen Fällen von Hasskommentaren) im Nachhinein Tabellen und Kreuztabellen erstellt.

## 6. Ergebnisse und Diskussion

### 6.1 Anteil an Hate Speech

*FF1: Wie hoch ist der Anteil an Hasskommentaren insgesamt?*

Der Anteil an Hate Speech-Kommentaren (erste Ebene) auf allen Partei-Facebook-Seiten beträgt 4,33%. Beleidigungen und Beschimpfungen finden sich bei 1,9% der Erste-Ebene-Kommentare. Beim *Political Speech Project*, das von *Netzpolitik.org* und weiteren durchgeführt wurde, fielen 4,5% der Kommentare in die Kategorie *beleidigend oder menschenverachtend*. Hate Speech und Beleidigungen wurden dort also zusammengefasst. Bei der vorliegenden Erhebung würde sich in einer solchen Kategorie also ein Anteil von 6,23% finden, wobei die Werte nicht verglichen werden können. Denn zum einen wurden beim *Political Speech Project* die Facebook-Seiten einzelner Personen aus dem politischen Feld untersucht und keine Partei-Seiten. Zum anderen wurde in der angesprochenen Studie nur der Zeitraum Februar bis März 2018 untersucht, während in die vorliegende Arbeit alle Kommentare zwischen Anfang 2016 und Ende 2018 einbezogen wurden.

Im besagten Zeitraum ist also circa jeder 16. (bis zur Erhebung nicht gelöschte) Kommentar beleidigend oder muss als Hate Speech eingeordnet werden. Auf politischen Seiten findet sich also wesentlich mehr Hass als im Gesamtdurchschnitt (siehe 3.2).

Eine Einschränkung ist, dass bei der Untersuchung keine Bilder, Videos und GIF-Dateien berücksichtigt werden konnten. Wäre dies möglich gewesen, wäre der Anteil an Hate Speech- bzw. beleidigenden Kommentaren evtl. noch höher. Nichtsdestoweniger sind 4,33% Hasskommentare ein relevanter Anteil.

*H1: Der Anteil an Hasskommentaren steigt im Zeitverlauf.*

Der Anteil an Hasskommentaren betrug im Jahr 2016 5,51%, im Jahr 2017 3,56% und im Jahr 2018 4,2%. Einen Anstieg gab es also nur vom Jahr 2017 zum Jahr 2018. Auch bei den einzelnen Parteien konnte kein kontinuierlicher Anstieg verzeichnet werden.

Somit konnte diese Hypothese nicht bestätigt werden. Allerdings kann das auch an den methodischen Möglichkeiten dieser Studie liegen. Denn wie bereits erwähnt, kann hier nur etwas über die Kommentare ausgesagt werden, die zum Zeitpunkt der Erhebung noch vorhanden waren. Da die meisten Parteien sich vorbehalten, eben solche Kommentare, die für die Erhebung interessant wären, zu löschen (siehe 3.3), muss angenommen werden, dass die Erhebung dadurch verzerrt wurde. Eventuell wurden wegen der zunehmenden Intensität der Diskussionen um Hate Speech in den letzten Jahren verstärkter Hasskommentare entfernt. Es ist also durchaus möglich, dass die Hypothese wahr ist, nur kann darüber keine Aussage getroffen werden. Hierfür hätten die Daten in Echtzeit gespeichert werden müssen.

Wirklich widerlegt werden könnte also nur die Hypothese, dass im Zeitverlauf immer mehr Hate Speech-Beiträge akzeptiert, also stehen gelassen wurden.

#### *H2: Der größte Anteil an Hasskommentaren findet sich bei der AfD.*

Diese Hypothese konnte bestätigt werden: Der Anteil an Hate Speech-Kommentaren beträgt bei der AfD insgesamt 6,79%. Bei den Grünen sind 4,76% aller Kommentare Hasskommentare, bei den Linken 3,38%, bei der CSU 3,25% und bei der CDU 2,70%. Kaum Hasskommentare finden sich bei der FDP (0,95%) und der SPD (0,75%). An Beleidigungen ist der Anteil mit 2,94% ebenfalls bei der AfD am höchsten. Es folgen die CDU (2,32%) und die Linke (2,03%). Bei den restlichen Parteien liegt dieser Anteil jeweils unter einem Prozent.

Auffällig ist, dass im Jahr 2016 bei Linkspartei (8,70%) und Grünen (7,69%) der Anteil höher war als bei der AfD (7,14%). Dies könnte mit veränderten Kommentarregeln und der veränderten thematischen Schwerpunktsetzung der AfD zusammenhängen.

Des Weiteren ist auffällig, dass der Anteil an Hasskommentaren bei der CDU und den Grünen über die Jahre immer weiter abnimmt. Bei letzteren finden sich im Jahr 2018 überhaupt keine Hasskommentare mehr. Dies könnte damit zusammenhängen, dass die Grünen zunehmend weniger auf Facebook posten und ihre Aktivitäten mehr auf andere Netzwerke, v.a. Instagram, aber auch Twitter, verlagert haben. Des Weiteren ist denkbar, dass beide Parteien im Umgang mit Hasskommentaren über die Jahre konsequenter geworden sind.

Bei der FDP findet sich Hate Speech ausschließlich im Jahr 2017. Der geringe Anteil könnte damit zu tun haben, dass bei der FDP mit Abstand die wenigsten Kommentare geschrieben werden. Während bei allen Parteien im Schnitt 366,84 Kommentare pro Post verfasst werden, sind es bei der FDP nur 108,06. Auch hier kann ein strikter Umgang mit Hate Speech Ursache für den niedrigen Wert sein.

Mit 0,75% findet sich bei der SPD der niedrigste Anteil an Hasskommentaren. In den Jahren 2016 und 2017 finden sich dort überhaupt keine. Beleidigungen gibt es im gesamten Zeitraum keine. Diese Tatsache könnte einerseits mit der politischen Ausrichtung der Partei zu tun haben. Da sie, grob gesagt, hauptsächlich mittlere politische Positionen vertritt, scheinen kontroverse Reaktionen darauf unwahrscheinlicher als z.B. bei den Linken oder der AfD. Andererseits ist es auch möglich, dass die SPD bereits 2016 und 2017 einen strikteren Umgang mit Hasskommentaren pflegte als die anderen Parteien.

Wo Hasskommentare verfasst werden, sagt allerdings nur bedingt etwas über den Inhalt aus. Hate Speech, die sich bei einer bestimmten Partei findet, muss nicht zwangsläufig zu den Einstellungen dieser Partei passen, sondern kann sich auch gegen die Partei richten. Anhänger\*innen der Partei A können bei Partei B Kommentare verfassen usw. Dies wird unter 6.3 noch deutlich. Aufschlussreicher ist die Frage nach den Opfern eines Hasskommentars.

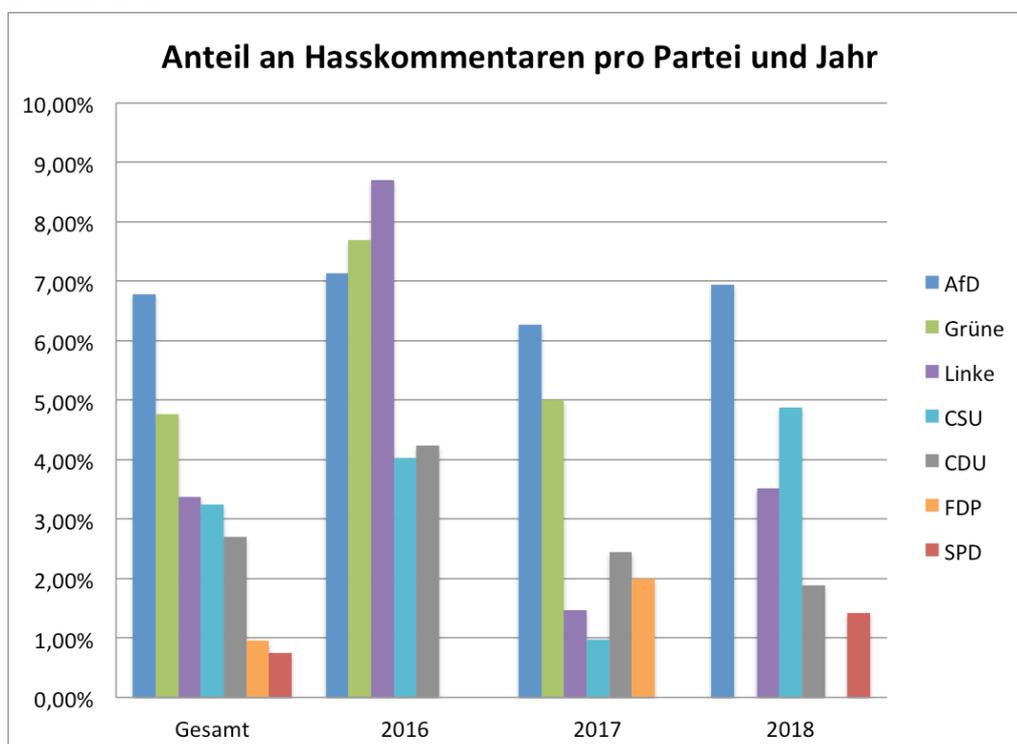


Abbildung 11: Anteil an Hasskommentaren pro Partei und Jahr

## 6.2 Themen, auf die mit Hate Speech reagiert wird

*FF2: Welche Themen ziehen den größten Anteil an Hasskommentaren nach sich?*

Bevor die Frage beantwortet wird, soll kurz angesprochen werden, welche Themen insgesamt oft bedient werden. Waren im Jahr 2013 die Hauptthemen noch Energie-, Europa- und Netzpolitik (Evers, 2019, 281f), zogen im Jahr 2017 identitätspolitische Themen besonders viele Reaktionen nach sich (Lucht et al, 2017).

In der vorliegenden Erhebung drehen sich die Posts der Parteien vor allen Dingen um die Parteien selbst. So haben 35,84% der Beiträge keinen konkreten Bezug zu Sachthemen, sondern bestehen aus Beitrittsaufforderungen, Feiertagswünschen, (nicht themenbezogenem) Lob der eigenen Leistungen, Veranstaltungsankündigungen (auch ohne konkretes Thema) oder Beiträgen zu der Partei nahestehenden Personen. Die meisten parteibezogenen Posts veröffentlicht mit Abstand die SPD (56,93%).

Davon abgesehen sind die am häufigsten frequentierten Themen *Migration, Andere Parteien & Politiker\*innen*<sup>4</sup>, *Straftaten & innere Sicherheit, Arbeit & Sozialstaat* und *Außenpolitik*. Bei den einzelnen Parteien sind die fünf am häufigsten kommentierten Themen in absteigender Frequenz:

AfD: *Migration* (19,12%), *Rechtsextremismus* (18,18%), *Andere Parteien & Politiker\*innen* (10,63%), *Straftaten & innere Sicherheit* (10,29%), *Religion* (5,32%)

CDU: *Migration* (11,92%), *Arbeit & Sozialstaat* (9,62%), *Wirtschaft & Finanzen* (4,62%), *Andere Parteien & Politiker\*innen* (4,23%), *Straftaten & innere Sicherheit* (3,46%)

CSU: *Migration* (21,75%), *Andere Parteien & Politiker\*innen* (7,79%), *Straftaten & innere Sicherheit* (6,49%), *EU-Politik* (4,22%), *Verkehr* (3,90%)

FDP: *Wirtschaft & Finanzen* (9,52%), *Kinder & Bildung* (6,67%), *Migration* (5,71%), *Andere Parteien & Politiker\*innen* (4,76%), *Außenpolitik* (4,76%)

Grüne: *Umweltschutz* (11,90%), *Andere Parteien & Politiker\*innen* (9,52%), *Migration* (7,14%), *Rechtsextremismus* (3,97%), *EU-Politik* (3,17%)

Linke: *Arbeit & Sozialstaat* (18,24%), *Rechtsextremismus* (10,81%), *Außenpolitik* (8,78%), *Andere Parteien & Politiker\*innen* (8,78%), *Wirtschaft & Finanzen* (5,41%)

SPD: *Rechtsextremismus* (7,49%), *Arbeit & Sozialstaat* (5,62%), *Terrorismus* (3,77%), *Migration* (3,75%), *Außenpolitik* (3,37%).

Hasskommentare finden sich bei fast allen Themen. Der größte Anteil findet sich beim Thema *Frauenrechte* (15,38%). Danach folgen *Terrorismus*

---

<sup>4</sup> In diese Kategorie fallen Beiträge, die sich gegen andere Parteien oder Politiker\*innen richten, ohne dabei ein konkretes Thema anzusprechen. Wird ein konkretes Thema angesprochen, gilt die entsprechende Themen-Kategorie.

(11,32%), *Rechtsextremismus* (10,91%) und *Migration* (8,05%). In den drei Jahren finden sich bei den jeweiligen Anteilen teils erhebliche Unterschiede. So war 2017 das am häufigsten mit Hate Speech beantwortete Thema *Umweltschutz* (20,00%), während es 2018 *LGBTQIA+* (20,00%) war. Themen, die erst 2018 weiter oben auftauchen sind *LGBTQIA+, Identität & Nationalbewusstsein* (16,67%) und *Verkehr* (14,29%).

Auch bei den Parteien gibt es deutliche Unterschiede, was die von Hass begleiteten Themen angeht. Einige Themen, die insgesamt einen großen Anteil an Hasskommentaren aufweisen, tun dies ausschließlich wegen Kommentaren, die bei der AfD hinterlassen wurden. Auf die vier meistgehassten Themen bei der AfD (*Frauenrechte*: 33,33%, *Terrorismus*: 16,67%, *LGBTQIA+*: 14,29% und *Kinder & Bildung*: 14,29%) wurde bei anderen Parteien überhaupt nicht mit Hass reagiert. Die AfD hat wegen der hohen Anzahl der Kommentare den größten Einfluss auf die Statistik. Des Weiteren wird bei der AfD mit Hass reagiert, wenn es um *Migration* (12,43%), *Rechtsextremismus* (10,00%), *Straftaten & innere Sicherheit* (8,79%), *Religion* (6,38%), *Wirtschaft & Finanzen* (5,88%), *Andere Parteien & Politiker\*innen* (5,32%), *Meinungsfreiheit* (4,35%) und *Medien* (3,33%) geht.

Bei den anderen Parteien sind die Themen, die von Hasskommentaren begleitet werden<sup>5</sup>:

CDU: *EU-Politik* (20,00%), *Straftaten & innere Sicherheit* (11,11%), *Migration* (3,23%)

CSU: *Rechtsextremismus* (100,00%), *Identität % Nationalbewusstsein* (25,00%), *Religion* (10,00%), *Arbeit % Sozialstaat* (9,09%), *Verkehr* (8,33%), *Andere Parteien & Politiker\*innen* (8,33%), *Migration* (1,49%)

Grüne: *Straftaten & innere Sicherheit* (50,00%), *Umweltschutz* (13,33%), *Migration* (11,11%)

Linke: *Meinungsfreiheit* (100,00%), *Rechtsextremismus* (12,50%), *Andere Parteien oder Politiker\*innen* (7,69%)

SPD: *Rechtsextremismus* (5,00%)

Es ist denkbar, dass nicht nur das Thema eines Posts einen Einfluss darauf hat, ob Kommentierende mit oder ohne Hate Speech reagieren. Hier könnten auch weitere Faktoren eine Rolle spielen. Beispielsweise hat es vermutlich einen Einfluss, ob ein Bild oder ein Video zum Beitrag gehören und wie diese beschaffen sind. Auch kann der Ton des Posts eine Rolle spielen. Aggressive oder spöttische Beiträge ziehen wahrscheinlich mehr Hate Speech nach sich als konstruktive. Trotzdem ist es plausibel, anzunehmen, dass die Wahl der Themen in dieser Hinsicht am relevantesten ist.

---

<sup>5</sup> Die Kategorien *Nicht zuordenbar* und *Parteibezogenes* werden hier, da sie sich nicht auf Sachthemen beziehen und nur wenige Hasskommentare nach sich ziehen, außen vor gelassen.

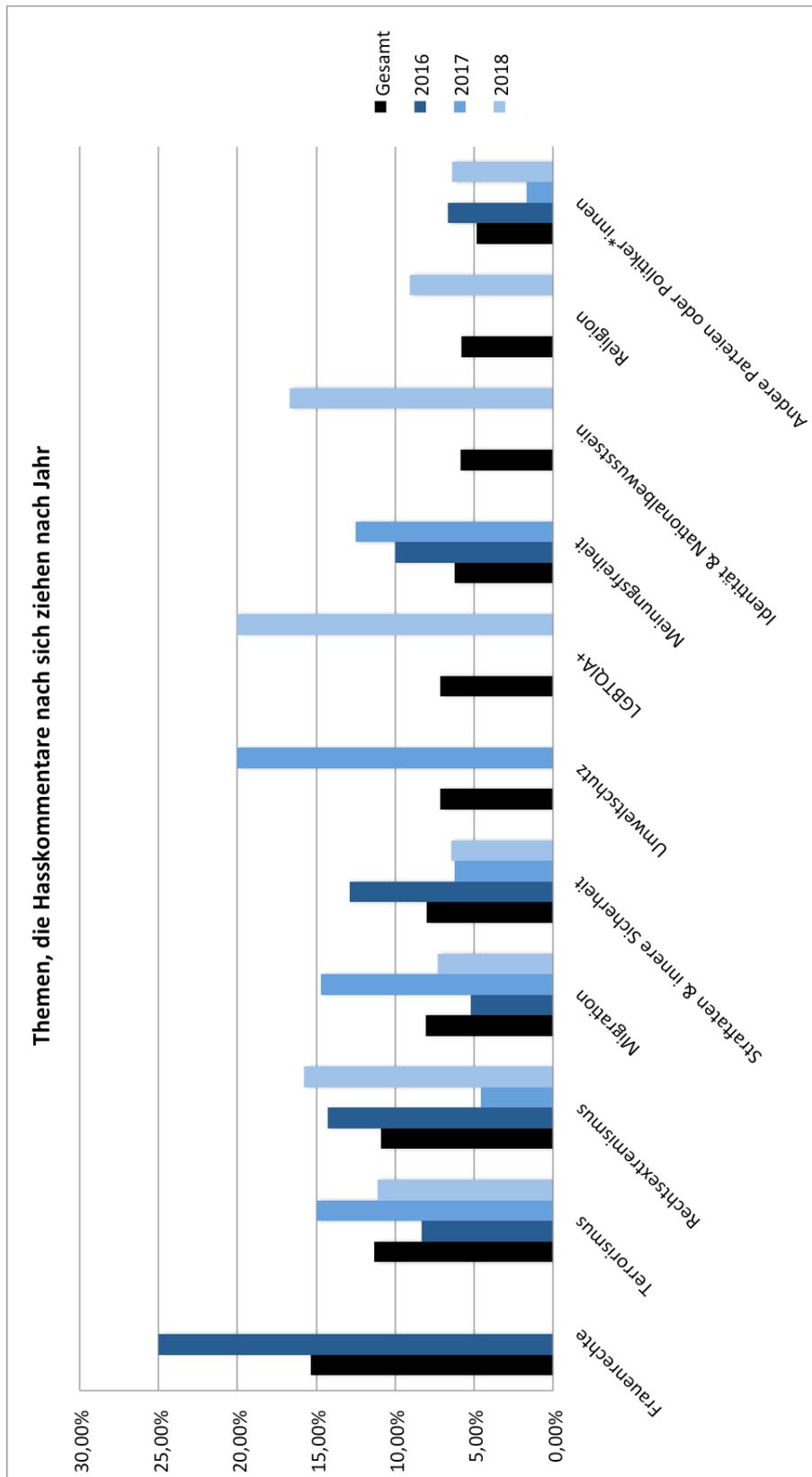


Abbildung 12: Themen, die Hasskommentare nach sich ziehen nach Jahr

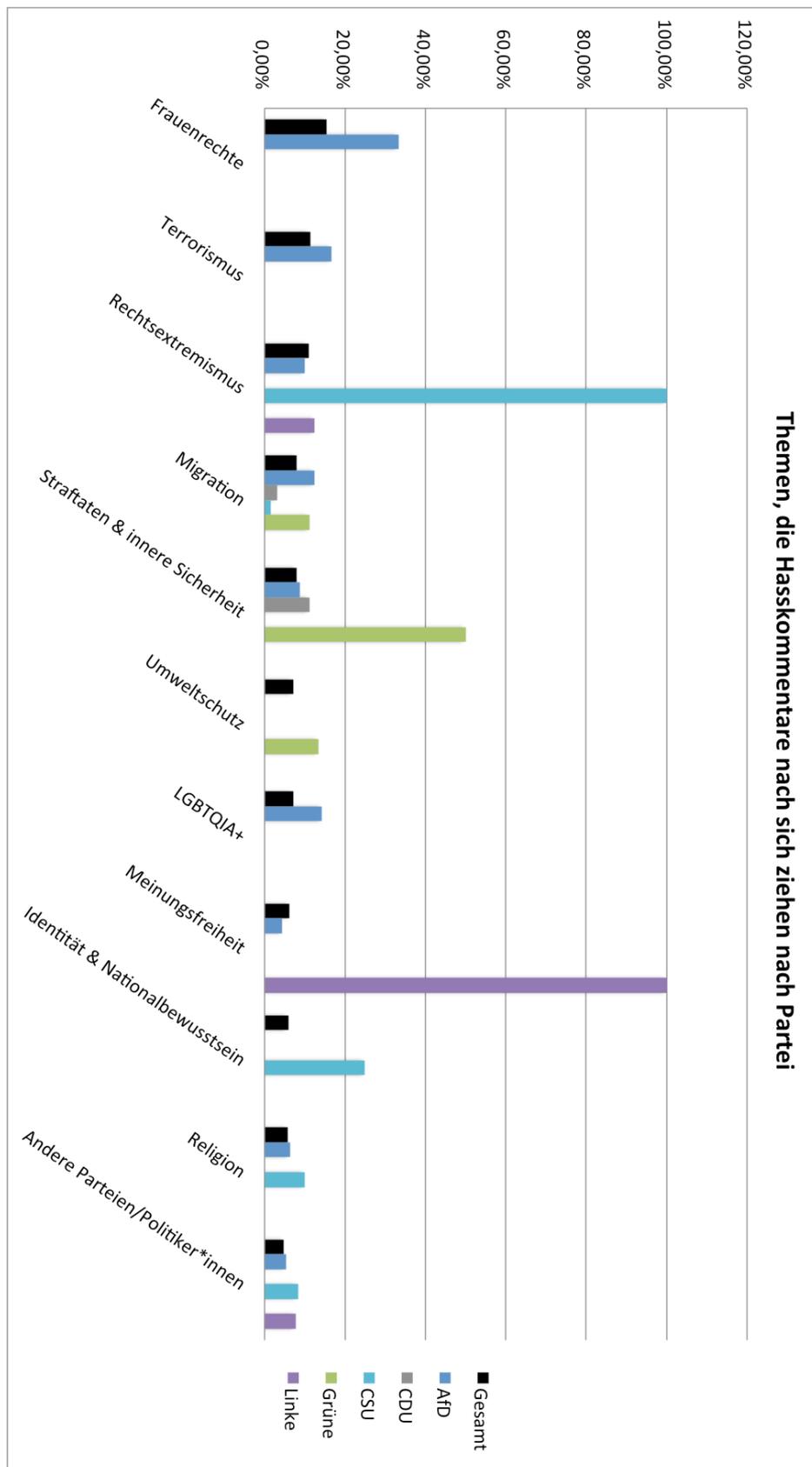


Abbildung 13: Themen, die Hasskommentare nach sich ziehen nach Partei

### 6.3 Betroffene Gruppen

*H3: Die meisten Hassposts richten sich gegen Migrant\*innen.*

Unter den 2.098 untersuchten Kommentaren beziehen sich 59 auf Posts, die Hate Speech enthalten. Zwar ist diese Zahl nicht repräsentativ für den Anteil an Hassposts, da die Stichprobe ja auf Basis der Erste-Ebene-Kommentare und nicht auf Basis der Posts gezogen wurde. Die Posts sind also entsprechend der Anzahl ihrer Kommentare selektiert. Jedoch sind einige Zahlen recht deutlich.

57 der 59 Hassposts wurden von der AfD veröffentlicht. Nur jeweils einen Hasspost gibt es bei der CSU und den Grünen. Ersterer richtet sich gegen *LGBTQIA+*-Personen. Letzterer wurde 2016 gepostet und richtet sich gegen *Rechte*.

67,8% der Hassposts richten sich gegen *Migrant\*innen*. Die Hypothese kann also als bestätigt gelten, wenngleich sich nichts über die Gesamtheit der Hassposts aussagen lässt. 11,86% richten sich gegen *Muslim\*innen*, 8,47% gegen *Flüchtlingshelfer\*innen* und die restlichen haben *Linke* oder *Umweltschützer\*innen* bzw. *Grüne* zum Ziel.

*H4: Die meisten Hasskommentare richten sich gegen Migrant\*innen.*

Diese Hypothese konnte bestätigt werden. Sie gilt für den Gesamtzeitraum, wie auch für die Jahre 2017 und 2018. Zudem gilt sie für die Hasskommentare, die auf den Seiten der AfD, der CDU, der CSU, und der Grünen veröffentlicht wurden.

Insgesamt richten sich 46,67% der Hasskommentare gegen *Migrant\*innen*. Im Jahr 2017 waren es sogar 69,23%. Bei der AfD richten sich 50,00% der Hasskommentare gegen diese Gruppe. Bei der CDU sind es 57,14%, bei der CSU 40,00%, bei den Grünen 50,00% und bei den Linken 20,00%. Der am häufigsten gelikete Hasskommentar richtet sich ebenfalls gegen *Migrant\*innen*. Der Inhalt lautet: „Häse durchschneiden, das ist was sie kennen und wollen ...“ Der Kommentar wurde im Jahr 2018 auf der Facebook-Seite der AfD veröffentlicht.

Die am zweithäufigsten betroffene Gruppe bilden *Politiker\*innen*, die nicht speziell als Linke, Rechte oder Grüne angegriffen wurden bzw. *Politiker\*innen* im Allgemeinen. Gegen sie richten sich insgesamt 14,44% der Hasskommentare. Danach folgen *Muslim\*innen* mit 12,22%, *Linke* mit 10,00% und *Umweltschützer\*innen* bzw. *Grüne* mit 7,78%. Diese Gruppen sind auch in den einzelnen Jahren die hauptsächlich Betroffenen. Es gibt nur einzelne Abweichungen: 2016 waren *Muslim\*innen* die hauptsächlich betroffene Gruppe mit 36,36%, während sie 2017 gar nicht angegriffen wurden. 2017 konzentrierten sich die Hasskommentar hauptsächlich auf

*Migrant\*innen*, weshalb insgesamt weniger von den anderen Gruppen betroffen waren.

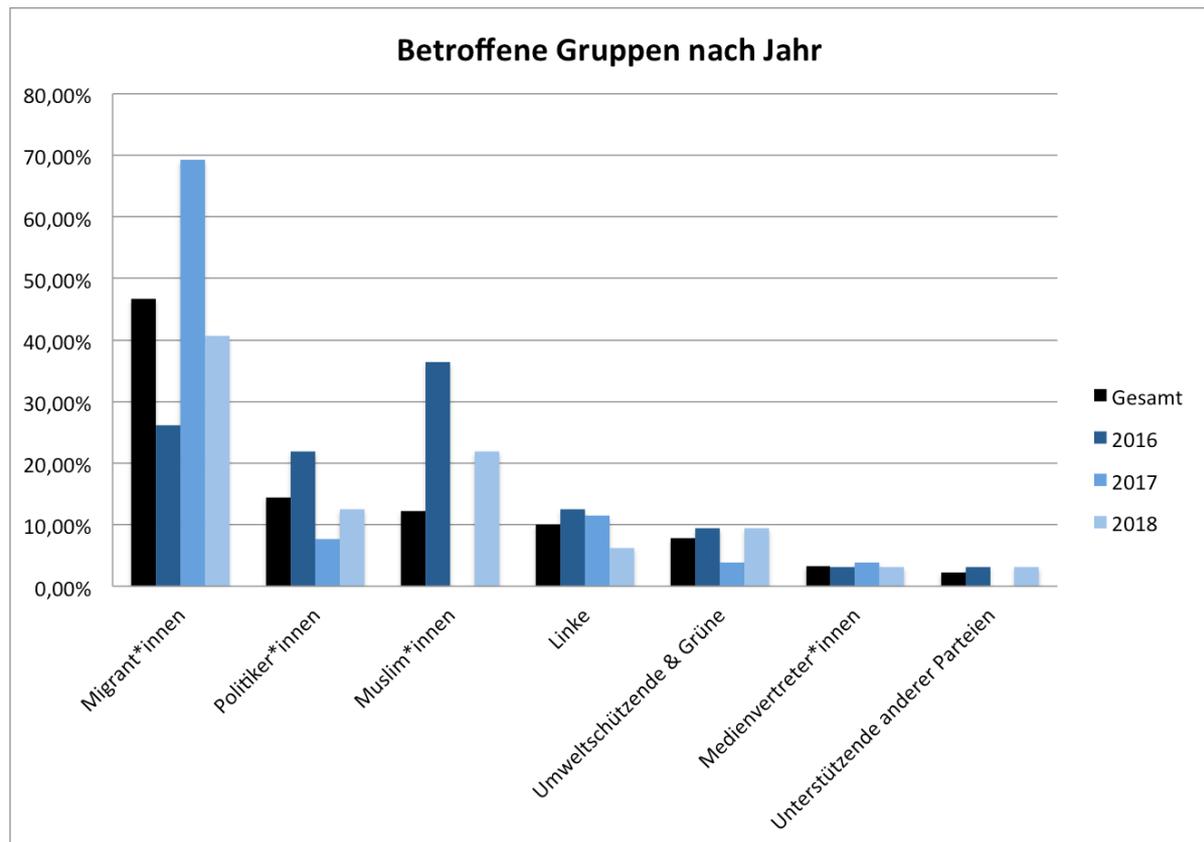
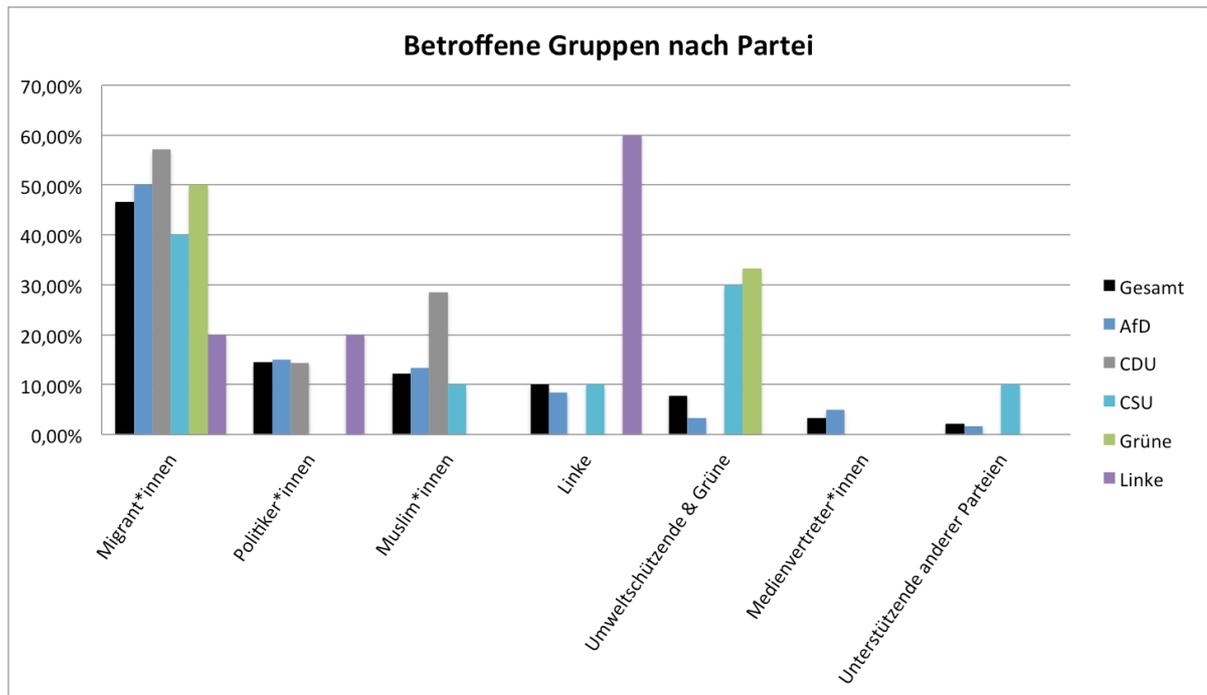


Abbildung 14: Am häufigsten betroffene Gruppen nach Jahr

Zwischen den einzelnen Parteien gibt es große Unterschiede, was die Opfer der Hasskommentare angeht. So ist die Rangfolge bei der AfD, da sich dort auch die meiste Hate Speech findet, ähnlich wie die Gesamtrangfolge. Der einzige Unterschied ist, dass bei der AfD *Medienvertreter\*innen* auf dem fünften Platz sind. Bei der CDU sind nur *Migrant\*innen* (57,14%), *Muslim\*innen* (28,57%) und *Politiker\*innen* (14,29%) betroffen. Bei der CSU finden sich *Umweltschützer\*innen bzw. Grüne* mit 30,00% auf dem zweiten Platz. Bei FDP und SPD zielen die wenigen vorhandenen Hasskommentare alle auf *Politiker\*innen*. Bei den Linken sind mit 60,00% hauptsächlich *Linke* Opfer von Hasskommentaren. Dies zeigt auch, dass die Verfasser\*innen von Hasskommentaren auch häufig auf den Seiten der Parteien kommentieren, die sie ablehnen.



**Abbildung 15: Am häufigsten betroffene Gruppen nach Partei**

Diese Zahlen können allerdings keinen absolut sicheren Aufschluss darüber geben, welche Gruppen unter den Seiten-Nutzenden am meisten verhasst sind, da die Parteien ja eine Agenda setzen. Wer Opfer von Hasskommentaren wird, hängt auch immer davon ab, welche Themen in den Posts angesprochen werden, auf die sie sich beziehen. Welche Gruppen man konsistenterweise in einem Kommentar angreifen kann, hängt immer davon ab, ob sich solch ein Angriff an den Inhalt des zugrundeliegenden Posts anschließen lässt. Auch besteht, wie bei der ganzen Erhebung, die Möglichkeit, dass die Seitenbetreiber\*innen eine bestimmte Art von Kommentaren löschen, um die Diskussionen in bestimmte Bahnen zu lenken.

*H5: Rechte und Konservative sind genau so oft Opfer von Hasskommentaren.*

Diese Hypothese wurde sehr deutlich widerlegt. Nur 1,11% der Hasskommentare richten sich gegen rechte Personen. Unter den Hassposts (nicht repräsentativ) richtet sich einer von 59 gegen Rechte. Der Inhalt lautet: „71 Jahre nach Kriegsende marschieren die Nazis heute durch Demmin (Mecklenburg-Vorpommern). Wir haben keinen Bock auf rechte Kackscheisse in Deutschland. Ihr auch? Dann teilt das Bild!“

Hasskommentare gegen *Rechte bzw. Konservative* wurden nur im Jahr 2017 gefunden. Hier richteten sich 3,85% gegen diese Gruppe. Hate Speech gegen Rechte findet sich ausschließlich unter den Kommentaren zu Beiträgen der Facebook-Seite der AfD. Hier richteten sich 1,67% der Kommentare gegen Rechte.

Es gibt also kaum Hate Speech gegen *Rechte und Konservative*. Viel mehr lässt der Großteil der Hasskommentare auf eine rechtsextreme Gesinnung der Verfasser\*innen schließen. Eindeutig ist dies beispielsweise beim Hass gegen *Migrant\*innen* und *Flüchtlingshelfer\*innen* (zusammen: 47,78%). Als wahrscheinlich ist eine solche Gesinnung anzunehmen bei Hasskommentaren gegen *Muslim\*innen*, *Linke* und *LGBTQIA+-Personen* (zusammen: 23,33%).

Das Ergebnis ist also ähnlich wie beim *Political Speech Project*, wo sechs von zehn Kommentaren als klar rechts gewertet wurden.

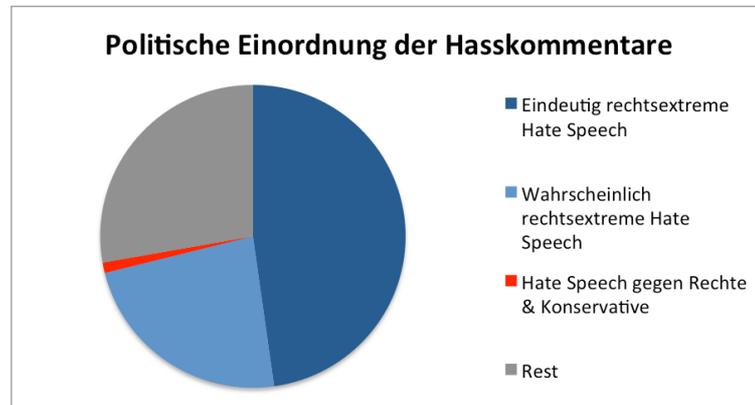


Abbildung 16: Politische Einordnung der Hasskommentare

#### 6.4 Hate Speech in der Filterblase

*H6: Hasskommentare werden häufiger geliket als Nicht-Hasskommentare.*

Diese Hypothese konnte bestätigt werden. Während Kommentare, die weder Hate Speech noch Beleidigungen enthalten im Schnitt 2,60 Likes erhalten, sind es bei Hasskommentaren im Schnitt 4,73. Beleidigungen werden durchschnittlich 2,83 mal geliket.

Bei den Parteien gibt es hier deutliche Unterschiede. Bei der CDU, den Linken und der SPD erhalten Nicht-Hasskommentare im Schnitt die meisten Likes. Bei der SPD erhielten Hasskommentare gar keine Likes, Beleidigungen waren bei der SPD nicht zu finden. Bei den Linken werden Beleidigungen gar nicht geliket.

Bei der FDP und den Grünen erhalten beleidigende Kommentare im die meisten Likes. Bei der FDP 3, bei den Grünen 10. Allerdings ist hier jeweils nur ein einziger beleidigender Kommentar vorhanden.

AfD und CSU sind die einzigen Parteien, bei denen Hasskommentare im Schnitt die meisten Likes erhalten, was sich auch auf den Gesamtdurchschnitt auswirkt. Bei der AfD erhalten Hasskommentare mit durchschnittlich 5,97 Likes mehr als doppelt so viele „Gefällt mir“-Angaben wie Nicht-Hasskommentare (2,89).

Zudem werden bei der AfD Beleidigungen häufiger geliket als Kommentare, die weder Hate Speech noch Beleidigungen enthalten. Bei den Grünen werden ebenfalls Hasskommentare häufiger geliket als Nicht-Hasskommentare.

	Neutrale Kommentare	Beleidigungen	Hass- kommentare	Gesamt
<b>AfD</b>	2,89	3,31	5,97	3,11
<b>CDU</b>	3,60	2,17	2,28	3,53
<b>CSU</b>	1,87	0,3	2,3	1,87
<b>FDP</b>	2,14	3,0	2,0	2,14
<b>Grüne</b>	1,81	10,0	2,17	1,89
<b>Linke</b>	3,47	0	1,6	3,34
<b>SPD</b>	1,73	-	0	1,72
<b>Gesamt</b>	2,60	2,83	4,73	2,70

Aus diesen Ergebnissen lässt sich durchaus auf die Zustimmung zu Hasskommentaren schließen. Der Einschränkung halber muss aber angemerkt werden, dass Zustimmung bei Facebook nicht nur in Form von Likes erfolgen kann. Auch denkbar ist es, Zustimmung (oder Ablehnung) durch die anderen bereits erwähnten „Reactions“ auszudrücken, oder aber durch Zweite-Ebene-Kommentare. Auch ist es theoretisch denkbar, dass in den Zweite-Ebene-Kommentaren Gegenrede stattfindet. Zustimmung kann auch durch das Teilen eines Beitrags geäußert werden, was hier ebenfalls nicht in die Erhebung einfließen kann.

Wie viele Likes ein Kommentar erhält, hängt zudem von weiteren Faktoren ab. So sind Kommentare auf Facebook zu unterschiedlichen Tages- und Wochenzeiten unterschiedlich erfolgreich. Auch spielt es eine Rolle, wie viele Kommentare einem veröffentlichten Kommentar vorausgehen. Kommentare, die als erstes veröffentlicht werden, haben in der Regel eine höhere Chance, viele „Gefällt mir“-Angaben zu erhalten, da sie, falls sie am Anfang geliked werden, über längere Zeit oben in der Kommentarspalte angezeigt werden. Jedoch gilt diese Verzerrung für alle Beiträge bei allen Parteien.

Auch ist es denkbar, dass Parteianhänger\*innen sich z.B. in Facebook-Gruppen gegenseitig dazu aufrufen, bestimmte Kommentare, v.a. bei fremden Partei-Seiten zu liken. Dies gilt allerdings für alle Arten von Kommentaren, nicht nur für Hasskommentare.

Trotz alledem sind Likes immer noch das am häufigsten genutzte Mittel, um Zustimmung auszudrücken, weshalb die erhobenen Zahlen insgesamt durchaus repräsentativ sind.

*H7: Auf Hassposts wird öfter als auf andere Posts mit Hasskommentaren reagiert.*

Diese Hypothese wurde ebenfalls bestätigt. Auf Posts, die weder Hate Speech noch Beleidigungen enthalten, folgen in 4,23% der Fälle Hasskommen-

tare. Bei Hassposts ist dies in 8,47% der Fall. Hate Speech zieht also vermehrt Hate Speech nach sich.

Für beleidigende Posts gilt dies nicht: Keiner der Kommentare, die sich auf beleidigende Posts beziehen enthält Hate Speech oder Beleidigungen. Auch beziehen sich beleidigende Posts seltener (in 1,69% der Fälle) auf Hassposts als auf Posts, die weder Beleidigungen, noch Hass enthalten (1,92% der Fälle).

## 7. Fazit und Ausblick

### 7.1 Fazit

Hasskommentare machen einen kleinen, aber gewichtigen Anteil der Beiträge aus, wobei vermutet werden muss, dass der Anteil eigentlich höher ist, Hate Speech aber in einigen Fällen von den Seitenbetreiber\*innen entfernt wird. Die Behauptung, der Anteil an Hate Speech im Netz sei gestiegen, konnte hier nicht bestätigt werden. Allerdings konnte sie auch nicht sicher widerlegt werden, da, wie gesagt, Kommentare gelöscht werden können.

Hate Speech findet sich auf Facebook hauptsächlich bei der AfD. Auch wenn sich Hasskommentare bei anderen Parteien finden, zeugen sie in den meisten Fällen, wie aufgrund vorhandener Studien zu erwarten war, von einer rechten Gesinnung der Verfasser\*innen. Am häufigsten wird auf die Themen *Frauenrechte*, *Terrorismus*, *Rechtsextremismus* und *Migration* mit Hass reagiert, was, genau wie die betroffenen Gruppen (*Migrant\*innen*, *Politiker\*innen*, *Muslim\*innen*, *Linke* und *Umweltschützer\*innen bzw. Grüne*), auf hauptsächlich von rechten politischen Einstellungen motivierte Verfasser\*innen schließen lässt. Hate Speech gegen rechte und konservative Personen kommt, entgegen der vehementen Behauptungen ebensolcher Personen, sehr selten vor.

Hasskommentare werden bei der AfD, der CSU und den Grünen häufiger geliket als Kommentare, die weder Beleidigungen noch Hate Speech enthalten. Auf Hassposts (die sich in 57 von 59 Fällen auf der Facebook-Seite der AfD finden) wird häufiger mit Hasskommentaren reagiert als auf andere. In einem gewissen Maße kann die Facebook-Seite der AfD als Echokammer für Hate Speech angesehen werden.

### 7.2 Ausblick

Die vorhandene Untersuchung könnte noch in verschiedene Richtungen ausgebaut werden. Auch gibt es im Zusammenhang mit Hate Speech im Netz weitere Aspekte, die aufschlussreich sein könnten.

Im Rahmen des vorhandenen Studiendesigns könnten folgende Änderungen sinnvoll sein: Der untersuchte Zeitraum könnte ausgeweitet werden.

Statt der untersuchten drei Jahre könnte man weiter zurückgehen, um beispielsweise herauszufinden, ob in den Jahren vorher mehr oder weniger Hasskommentare veröffentlicht (und nicht gelöscht) wurden.

Zudem könnte der Zeitraum in kleinere Abschnitte aufgeteilt werden. Statt Aussagen über die kompletten Jahre, wäre es nützlich, Aussagen über einzelne Wochen oder Monate treffen zu können. So wäre es möglich, zu analysieren, wie sich bestimmte Ereignisse auf den Online-Diskurs auswirken. Ebenfalls interessant wäre es natürlich, aktuelle Entwicklungen zu untersuchen. In den Jahren 2019 und 2020 spielen vermutlich der Klimanotstand und die damit verbundenen Personen (vor allem Greta Thunberg) eine wesentlich größere Rolle.

Eine grundlegende Änderung, die hilfreich wäre und einen Großteil der Einschränkungen dieser Studie beseitigen würde, wäre es, Kommentare in Echtzeit zu speichern. So würden auch Beiträge berücksichtigt, die nach der Veröffentlichung von den Moderator\*innen der entsprechenden Seite entfernt werden.

Die vorhandene Erhebung könnte zusätzlich um verschiedene Aspekte erweitert werden: So könnten beispielsweise Hassposts noch einmal spezieller untersucht und mit den Ergebnissen zu Hasskommentaren verglichen werden.

Die Untersuchung könnte zudem um Parteien mit einer geringeren Anhänger\*innenschaft erweitert werden. Einige Kleinparteien sind auf Facebook besonders aktiv. Es wäre interessant zu wissen, wie hoch dort der Anteil an Hasskommentaren ist, auch weil die Themen der Posts bei einigen, oft auf spezifische Themen fixierte Parteien (z.B.: Piratenpartei, Partei für Gesundheitsforschung, V-Partei, Tierschutzpartei, Bündnis Grundeinkommen) vermutlich von den Agenden der etablierten Parteien abweichen.

Des Weiteren könnten die Kommentare der zweiten Ebene untersucht werden, um herauszufinden, ob dort öfter oder seltener mit Hass reagiert wird. Auch wären dann weitere Aussagen über Echokammern bzw. Schweigespiralen im Online-Diskurs möglich, da es denkbar ist, dass auf Hasskommentare der ersten Ebene vermehrt Hasskommentare der zweiten Ebene folgen.

Schließlich wären auch verschiedene weitere Studien mit ähnlichem Forschungsinteresse denkbar: Statt mit den Seiten der Parteien könnten sich Studien mit den Facebook-Seiten einzelner Politiker\*innen oder anderer Personen von politischem Interesse auseinandersetzen. So könnte auch herausgefunden werden, inwiefern Menschen unterschiedlichen Alters, Geschlechts oder unterschiedlicher Herkunft stärker oder weniger stark von Hate Speech betroffen sind.

Ebenfalls interessant wäre es, Aussagen über die Verfasser\*innen von Hate Speech treffen zu können. Werden unter (vermutlichen) Klarnamen seltener Hasskommentare verfasst als unter Pseudonymen? Welche Unterschiede gibt es bezüglich des (vermuteten) Geschlechts? Hinterlassen Männer auf den Facebook-Seiten von weiblichen, nicht-heterosexuellen oder Transpersonen häufiger Hasskommentare als woanders?

Schließlich wäre es noch aufschlussreich, die Ergebnisse mit Ergebnissen aus anderen Ländern zu vergleichen, um beispielsweise herauszufinden, wie sich die unterschiedlichen Gesetze oder politischen Systeme auf den Online-Diskurs auswirken. Auch könnten verschiedene Online-Plattformen (z.B. Twitter, YouTube, Instagram) miteinander verglichen werden.

## 8. Literaturverzeichnis

Evers, Tanja: Ich poste, also wähl mich! Parteien auf Facebook im Bundestagswahlkampf. Baden-Baden 2019.

Fleischhack, Julia: Der „Hass“ der vielen Formen. In: Kaspar, Kai; Gräßer, Lars; Riffi, Aycha (Hrsg.): Online Hate Speech. Perspektiven auf eine neue Form des Hasses. Düsseldorf & München 2017, S. 23 – 26.

Forsa: Ergebnisbericht Hassrede. Landesanstalt für Medien NRW 2018.

Früh, Werner: Inhaltsanalyse. Konstanz & München 2017, 9. Auflage.

Gerhards, Jürgen; Neidhardt, Friedhelm: Strukturen und Funktionen moderner Öffentlichkeit. Fragestellungen und Ansätze. Berlin 1990.

Gräßer, Lars: Ein Interview mit Hildegard Stienen. Opferperspektiven, Strategien für die Verarbeitung von Hass im Netz und die Medien. In: Kaspar, Kai; Gräßer, Lars; Riffi, Aycha (Hrsg.): Online Hate Speech. Perspektiven auf eine neue Form des Hasses. Düsseldorf & München 2017, S. 23 – 26.

Hölig, Sasche; Hasebrink, Uwe: Reuters Institute Digital News Survey 2017. Ergebnisse für Deutschland. In: Arbeitspapiere des Hans-Bredow-Instituts Nr. 42. Hamburg 2017.

Lucht, Jens; Vogler, Daniel; Udris, Linards: Politische Inszenierungen. Eine Inhalts- und Resonanzanalyse der Facebook-Seiten bundesdeutscher Parteien. Zürich 2017.

Meibauer, Jörg: Hassrede – von der Sprache zur Politik. In: Meibauer, Jörg (Hrsg.): Hassrede/Hate Speech. Interdisziplinäre Beiträge zu einer aktuellen Diskussion. Gießen 2013, S. 1 – 16.

Meza, Radu M.: Hate-Speech in the Romanian Online Media. In: Journal of Media Research, Vol. 9 Issue 3(26). 2016, S. 55 – 77.

Mill, John Stuart: Die Freiheit: On Liberty. Hrsg. von Grabowsky, Adolf. Zürich 1945.

Müller, Karsten; Schwarz, Carlo: Fanning the Flames of Hate: Social Media and Hate Crime. Princeton & Warwick 2018.

Noelle-Neumann, Elisabeth: Öffentliche Meinung. Die Entdeckung der Schweigespirale. Berlin & Frankfurt am Main 1996.

Slagle, Mark: An Ethical Exploration of Free Expression and the Problem of Hate Speech. In: Journal of Mass Media Ethics, 24. 2009, S. 238 – 250.

Sponholz, Liriam: Hate Speech in den Massenmedien. Theoretische Grundlagen und empirische Umsetzung. Wien 2018.

Unger, Doris: Kriterien zur Einschränkung von *hate speech*: Inhalt, Kosten oder Wertigkeit von Äußerungen? In: Meibauer, Jörg (Hrsg.): Hassre-

de/Hate Speech. Interdisziplinäre Beiträge zu einer aktuellen Diskussion. Gießen 2013, S. 257 – 285.

Zillich, Arne Freya: Konsistenztheorien & Selective Exposure. Baden Baden 2019.

## 9. Internetquellen

AfD Kompakt (23.10.2019): Der linksextreme Meinungsterror hat viele parlamentarische Arme. URL: <https://afdKompakt.de/2019/10/23/der-linksextreme-meinungsterror-hat-viele-parlamentarische-arme/> (zuletzt aufgerufen am 12.02.2020).

ARD/ZDF (2019a): Entwicklung der Onlinenutzung in Deutschland 1997 bis 2019. URL: <http://www.ard-zdf-onlinestudie.de/onlinenutzung/entwicklung-der-onlinenutzung/> (zuletzt aufgerufen am 06.01.2020).

ARD/ZDF (2019b): Nutzung von Onlinecommunitys 2019. URL: <http://www.ard-zdf-onlinestudie.de/whatsapponlinecommunities/> (zuletzt aufgerufen am 10.01.2020).

Biermann, Kai; Thurm, Frida (18.06.2019): Angestachelt zur Gewalt. In: ZEIT ONLINE. URL: <https://www.zeit.de/gesellschaft/zeitgeschehen/2019-06/walter-luebcke-hass-hetze-bedrohungen-drohbriefe-rechtsextremismus> (zuletzt aufgerufen am 09.01.2020).

Brodbeck, Klaus; Hofmann, Kristina (02.07.2019): Behörde verhängt Bußgeld. Zwei Millionen Euro Strafe für Facebook. In: ZDF.de. URL: <https://www.zdf.de/nachrichten/heute/facebook-soll-zwei-millionen-euro-strafe-zahlen-wegen-verstoss-gegen-netzdg-100.html> (zuletzt aufgerufen am 14.01.2020).

Bundesministerium der Justiz und für Verbraucherschutz (15.12.2015): Gemeinsam gegen Hassbotschaften – Task Force stellt Ergebnisse vor. URL: [https://www.bmjbv.de/SharedDocs/Artikel/DE/2015/12152015\\_ErgebnisrundeTaskForce.html](https://www.bmjbv.de/SharedDocs/Artikel/DE/2015/12152015_ErgebnisrundeTaskForce.html) (zuletzt aufgerufen am 08.01.2020).

Bundesregierung (2017): Gesetzentwurf der Bundesregierung. Entwurf eines Gesetzes zur Verbesserung der Rechtsdurchsetzung in sozialen Netzwerken (Netzwerkdurchsetzungsgesetz – NetzDG). URL: [https://www.bmjbv.de/SharedDocs/Gesetzgebungsverfahren/Dokumente/RegE\\_NetzDG.pdf?\\_\\_blob=publicationFile&v=2](https://www.bmjbv.de/SharedDocs/Gesetzgebungsverfahren/Dokumente/RegE_NetzDG.pdf?__blob=publicationFile&v=2) (zuletzt aufgerufen am 08.01.2020).

Deutscher Bundestag (2007): Internetnutzung. Globale Entwicklung und Darstellung empirischer Daten. URL:

<https://www.bundestag.de/resource/blob/414768/797fa31a4e17ca56bef9ebb6fb0306fc/wd-10-070-07-pdf-data.pdf> (zuletzt aufgerufen am 08.01.2020).

Deutschlandfunk (14.03.2017): Provokation als Online-Strategie. In: Deutschlandfunk.de. URL: [https://www.deutschlandfunk.de/die-afd-und-die-sozialen-medien-provokation-als-online.2897.de.html?dram:article\\_id=381230](https://www.deutschlandfunk.de/die-afd-und-die-sozialen-medien-provokation-als-online.2897.de.html?dram:article_id=381230) (zuletzt aufgerufen am 20.01.2020).

Eyckeler, Cornelius (20.08.2019): Mehr Hassbeiträge und Diffamierungen. In: Schwarzwälder Bote. URL: <https://www.schwarzwaelderbote.de/inhalt.verrohung-im-netz-waechst-mehr-hassbeitraege-und-diffamierungen.f58d705a-7696-4c11-af7b-37099c462a89.html> (zuletzt aufgerufen am 21.01.2020).

Fanpage Karma (05.04.2016): [Infografik] Facebook Reactions: Mehr Reichweite und Interaktion. URL: <https://blog.fanpagekarma.com/de/2016/04/05/infografik-facebook-reactions-mehr-reichtweite-und-interaktion/> (zuletzt aufgerufen am 21.02.20).

Fanta, Alexander; Thüer, Leo; Pütz, Julian; Bröckling, Marie (28.05.2018): Geflüchtete, Islam, AfD: So toxisch ist die Debatte im Netz. In: Netzpolitik.org. URL: <https://netzpolitik.org/2018/gefluechtete-islam-afd-so-toxisch-ist-die-debatte-im-netz/> (zuletzt aufgerufen am 18.01.2020).

Free Software Foundation: GNU PSPP. URL: <https://www.gnu.org/software/pspp/> (zuletzt aufgerufen am 26.02.2020).

Gaschke, Susanne (11.11.2019): Wir wären absolut frei, diese Dinge wieder zu ändern. In: Welt.de. URL: <https://www.welt.de/debatte/kommentare/article203306192/Gewaltbereitschaft-Laesst-sich-die-Verrohung-im-Netz-wieder-einfangen.html> (zuletzt aufgerufen am 04.03.2020).

Gensing, Patrick (04.06.2019): Rechtsextreme verhöhn Getöteten. In: tagesschau.de. URL: <https://www.tagesschau.de/inland/rechtsextreme-regierungspraesident-101.html> (zuletzt aufgerufen am 04.03.2020).

Henning, Maximilian (05.07.2019): Hate Speech: Jüngere Menschen mit Migrationshintergrund besonders betroffen. In: Netzpolitik.org. URL: <https://netzpolitik.org/2019/hate-speech-juengere-und-menschen-mit-migrationshintergrund-besonders-betroffen/> (zuletzt aufgerufen am 18.01.2020).

Knight, Ben (27.04.2018): AfD tries to redefine German hate speech laws. In: DW.com. URL: <https://www.dw.com/en/afd-tries-to-redefine-german-hate-speech-laws/a-43563462> (zuletzt aufgerufen am 29.01.2020).

Krause, Till; Grassegger, Hannes (15.12.2016): Inside Facebook. In: SZ.de. URL: <https://www.sueddeutsche.de/digital/exklusive-sz-magazin-recherche-inside-facebook-1.3297138> (zuletzt aufgerufen am 07.01.2020).

Landesanstalt für Medien NRW (04.07.2018): Wahrnehmbarkeit von Hassrede weiter gestiegen, Zahl der Verursacher stabil. URL: <https://www.medienanstalt-nrw.de/service/pressemitteilungen/pressemitteilungen-2018/2018/juli/wahrnehmbarkeit-von-hassrede-weiter-gestiegen.html> (zuletzt aufgerufen am 18.01.2020).

Merkur (14.04.2017): Steinmeier beklagt Verrohung der Umgangsformen im Netz. URL: <https://www.merkur.de/politik/steinmeier-beklagt-verrohung-umgangsformen-im-netz-zr-8140664.html> (zuletzt aufgerufen am 21.01.2020).

PI-News (24.10.2019): Antifa verhindert Lesung von de Maiziére, Rede von Lindner und Vorlesung von Lucke. URL: <http://www.pi-news.net/2019/10/deutscher-bundestag-afd-verteidigt-meinungsfreiheit/> (zuletzt aufgerufen am 12.02.2020).

Reuter, Markus (14.03.2017): Analyse: So gefährlich ist das neue Hate-Speech-Gesetz für die Meinungsfreiheit. In: Netzpolitik.org. URL: <https://netzpolitik.org/2017/analyse-so-gefaehrlich-ist-das-neue-hate-speech-gesetz-fuer-die-meinungsfreiheit/> (zuletzt aufgerufen am 09.01.2020).

Rieder, Bernhard (o. J.): Studying Facebook via Data Extraction: The Netvizz Application. URL: [http://thepoliticsofsystems.net/permafiles/rieder\\_websci.pdf](http://thepoliticsofsystems.net/permafiles/rieder_websci.pdf) (zuletzt aufgerufen am 24.02.2020).

Rieger, Arnold (27.06.2019): Die AfD sieht sich als Opfer, nicht als Täter. In: StN.de. URL: <https://www.stuttgarter-nachrichten.de/inhalt.rechtsextremismus-die-afd-sieht-sich-als-opfer-nicht-als-taeter.31392e00-5281-4099-b6a0-7c096adef692.html> (zuletzt aufgerufen am 12.02.2020).

Schneider, Jens (14.09.2017): So aggressiv macht die AfD Wahlkampf auf Facebook. In: SZ.de. URL: <https://www.sueddeutsche.de/politik/gezielte-grenzverletzungen-so-aggressiv-macht-die-afd-wahlkampf-auf-facebook-1.3664785> (zuletzt aufgerufen am 20.01.2020).

Schumacher, Elizabeth (04.11.2016): Munich court to try Facebook's Zuckerberg for inciting hatred. In: DW.de. URL: <https://www.dw.com/en/munich-court-to-try-facebooks-zuckerberg-for-inciting-hatred/a-36269828> (zuletzt aufgerufen am 07.01.2020).

Steinmeier; Merkel, Angela; Maas, Heiko (07.09.2017): Gesetz zur Verbesserung der Rechtsdurchsetzung in sozialen Netzwerken (Netzwerkdurchsetzungsgesetz – NetzDG). In: Bundesgesetzblatt Jahrgang 2017 Teil I Nr. 61. URL: [https://www.bmjbv.de/SharedDocs/Gesetzgebungsverfahren/Dokumente/BGBl\\_NetzDG.pdf?\\_\\_blob=publicationFile&v=2](https://www.bmjbv.de/SharedDocs/Gesetzgebungsverfahren/Dokumente/BGBl_NetzDG.pdf?__blob=publicationFile&v=2) (zuletzt aufgerufen am 09.01.2020).

Statista Research Department (28.04.2015): Umfrage zur Social-Media-Nutzung nach Plattformen in Deutschland 2015. URL: <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/502606/umfrage/anteiler-social-media-nutzer-nach-plattformen-in-deutschland/> (zuletzt aufgerufen am 07.01.2020).

Statista Research Department (29.04.2016): Anzahl der Nutzer von Facebook in Deutschland bis November 2015. URL: <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/563122/umfrage/anzahl-der-unique-user-von-facebook-in-deutschland/> (zuletzt aufgerufen am 07.01.2020).

Süddeutsche Zeitung (09.01.2020): Aussage im Mordafll Lübcke wirft Fragen zu Unterstützern auf. In: SZ.de. URL: <https://www.sueddeutsche.de/panorama/terrorismus-aussagen-im-fall-luebcke-werfen-frage-nach-unterstuetzern-auf-dpa.urn-newsml-dpa-com-20090101-200109-99-406029!amp> (zuletzt aufgerufen am 09.01.2020).

Tagesspiegel (26.04.2019): „Das ist gigantisch und macht mir Angst“. In: Der Tagesspiegel. URL: <https://www.tagesspiegel.de/politik/afd-erfolg-auf-facebook-das-ist-gigantisch-und-macht-mir-angst/24261096.html> (zuletzt aufgerufen am 04.03.2020).

Völlinger, Veronika (31.10.2019): Der Staat bleibt schwach. In: Zeit Online. URL: <https://www.zeit.de/digital/internet/2019-10/hasskriminalitaet-netz-kommentare-online-plattformen-bekaempfung-polizei> (zuletzt aufgerufen am 09.01.2020).

Zeit Online (12.11.2015a): Facebook löscht häufiger. URL: <https://www.zeit.de/wirtschaft/unternehmen/2015-11/facebook-hasskommentare-behoerden> (zuletzt aufgerufen am 07.01.2020).

Zeit Online (10.11.2015b): Ermittlungen gegen Nordeuropa-Chef von Facebook. URL: <https://www.zeit.de/digital/internet/2015-11/facebook-hass-kommentare-volksverhetzung-martin-ott> (zuletzt aufgerufen am 07.01.2020).

Zeit Online (10.08.2019): Mehr als 100 Verfahren wegen Hasskommentaren im Fall Walter Lübcke. URL:

<https://www.zeit.de/gesellschaft/zeitgeschehen/2019-08/walter-luebcke-hasskommentare-internet> (zuletzt aufgerufen am 09.01.2020).

## 9.1 Social-Media-Angebote und Netiquetten der Parteien

CDU-Netiquette. URL: [https://de-de.facebook.com/CDU/app/434558396640359/?ref=page\\_internal](https://de-de.facebook.com/CDU/app/434558396640359/?ref=page_internal) (zuletzt aufgerufen am 20.01.2020).

FDP-Verhaltenskodex. URL: <https://de-de.facebook.com/FDP/app/190322544333196/> (zuletzt aufgerufen am 21.01.2020).

Grünen-Regeln. URL: <https://de-de.facebook.com/B90DieGruenen/app/340455436084582/> (zuletzt aufgerufen am 21.01.2020).

Linke-Netiquette. URL: <https://de-de.facebook.com/linkspartei/app/187010942191362/> (zuletzt aufgerufen am 21.01.2020).

SPD-Netiquette. URL: <https://www.facebook.com/SPD/app/190322544333196/> (zuletzt aufgerufen am 20.01.2020).

## 10. Abbildungsverzeichnis

Abb. 1:	SNS-Reichweiten aller Parteien.....	8
Abb. 2:	Anzahl Facebook-Posts aller Parteien pro Jahr.....	9
Abb. 3:	Anzahl Facebook-Kommentare aller Parteien pro Jahr.....	10
Abb. 4:	Anzahl Twitter-Follower pro Partei.....	17
Abb. 5:	Anzahl Facebook-Abonnierende pro Partei.....	18
Abb. 6:	Anzahl YouTube-Abonnierende pro Partei.....	19
Abb. 7:	Anzahl Instagram-Follower pro Partei.....	20
Abb. 8:	SNS-Reichweiten insgesamt pro Partei.....	21
Abb. 9:	Anzahl Posts pro Partei und Jahr.....	22
Abb. 10:	Anzahl Erste-Ebene-Kommentare pro Partei und Jahr.....	22
Abb. 11:	Anteil an Hasskommentaren pro Partei und Jahr.....	33
Abb. 12:	Themen, die Hasskommentare nach sich ziehen nach Jahr.....	36

Abb. 13:	Themen, die Hasskommentare nach sich ziehen nach Partei.....	37
Abb. 14:	Am häufigsten betroffene Gruppen nach Jahr.....	39
Abb. 15:	Am häufigsten betroffene Gruppen nach Partei.....	40
Abb. 16:	Politische Einordnung der Hasskommentare.....	41

## 11. Anhang: Codebuch

### Formale Kategorien

#### 1. Jahr der Veröffentlichung des Kommentars: JAHR

Hier wird vermerkt, aus welchem Jahr der untersuchte Post bzw. Kommentar stammt.

- 1     **2016**
- 2     **2017**
- 3     **2018**

#### 2. Partei: PARTEI

Hier wird eingetragen, welcher Partei die Facebook-Seite gehört, von der der untersuchte Post bzw. Kommentar stammt.

- 1     **Alternative für Deutschland**
- 2     **Bündnis 90/Die Grünen**
- 3     **Christlich Demokratische Union Deutschlands**
- 4     **Christlich-Soziale Union**
- 5     **Die Linke**
- 6     **Freie Demokratische Partei**
- 7     **Sozialdemokratische Partei Deutschlands**

### Inhaltliche Kategorien

#### 1. Thema des zugehörigen Posts: PTHEMA

Hier wird festgehalten, um welches Thema sich der Post *hauptsächlich* dreht, auf den sich der analysierte Kommentar bezieht. Werden in einem Post mehrere Themen behandelt, aber eines sticht klar hervor, wird er zu diesem Thema geordnet. Werden mehrere Themen gleich behandelt, oder ist kein Themenbezug erkennbar, wird der Post zu 0, oder 12 zugeordnet. Die Werte 1, 3 und 4 werden nur verwendet, soweit kein Bezug zu einem konkreteren Thema erkennbar ist.

- 0     **Nicht zuordenbar**

Posts, die zu keiner der folgenden Rubriken passen, entweder weil kein Thema erkennbar ist, oder weil keines klar als Schwerpunkt erkennbar ist

- 1 Andere Parteien/Politiker\*innen**  
Stellungnahmen zu den Äußerungen oder Handlungen anderer Politiker\*innen oder Parteien ohne direkten Themenbezug.
- 2 Arbeit und Sozialstaat**  
Posts zu Rente, Armut, Arbeitsbedingungen, Mindestlohn, Sozialleistungen
- 3 Außenpolitik**  
Posts zur deutschen Außenpolitik, die nicht eines der anderen Themen als Schwerpunkt haben oder sich auf die EU-Politik beziehen
- 4 EU-Politik**  
Posts zur deutschen EU-Politik, die nicht eines der anderen Themen als Schwerpunkt haben
- 5 Frauenrechte**  
Posts zu feministischen Themen wie Gender Pay Gap, Frauenquoten, sexueller Belästigung von Frauen und Diskriminierung von Frauen im Allgemeinen
- 7 Bildung & Nachwuchs**  
Posts zu Erziehung, Kinderbetreuung, Schulbildung und universitärer Bildung
- 9 Digitalisierung**  
Posts zum Thema Digitalisierung
- 10 Meinungsfreiheit & Demokratie**  
Posts zu Meinungsfreiheitsdebatten, zum politischen Diskurs und System im Allgemeinen
- 11 Migration**  
Posts zum Thema Migration
- 12 Parteibezogenes (Ankündigungen, Berichte, Live-Videos)**  
Posts ohne erkennbaren Themenbezug, die sich hauptsächlich um die Partei an sich drehen, z.B. TV-Programmhinweise, Mitgliederwerbung, Videos und Hinweise zu allgemeinen Presseauftritten, Feiertagswünsche
- 13 Religion**  
Posts zu religiösen Riten
- 14 Straftaten, innere Sicherheit**  
Posts zu einzelnen Verbrechen, Maßnahmen der inneren Sicherheit, Polizei und Grenzschutz
- 15 Umweltschutz**

- Posts zu Umweltschutzmaßnahmen, Tierschutz und Tierrechten
- 16 Verkehr**  
Posts zu öffentlichem Nahverkehr, Transportverkehr, Individualverkehr, Radverkehr, Straßen- und Schienenbau
- 17 Wirtschaft & Finanzen**  
Posts zu Wirtschaftsleistung, Bruttoinlandsprodukt, Steuern und Börsenwesen
- 19 Medien**  
Posts zur Rolle der Massenmedien bzw. zur Berichterstattung in konkreten Fällen
- 20 Terrorismus**  
Posts zu sämtlichen terroristischen Gruppen und Vorfällen
- 21 LGBTQIA+**  
Posts zu von heteronormativen Vorstellungen abweichender Sexualität, Identität und dazu gehörigen rechtlichen wie gesellschaftlichen Problemen
- 22 Rechtsextremismus**  
Posts zum Thema Rechtsextremismus
- 23 Identität und Nationalbewusstsein**  
Posts zu Themen wie „Leitkultur“, deutscher Kultur, länderspezifischen Gewohnheiten und Vorstellungen von Deutschland als Nation

## 2. Posttyp: PTYP

Hier wird vermerkt, ob es sich beim Post selbst um Hate Speech, eine persönliche Beschimpfung bzw. Beleidigung oder um nichts dergleichen handelt.

- 0 Keine Beleidigung, Beschimpfung oder Hate Speech**  
**1 Beleidigung oder Beschimpfung**  
**2 Hate Speech**

## 3. Falls Hasspost: Betroffene Gruppe: PGRUPPE

Hier wird vermerkt, welche Gruppe das (hauptsächliche) Ziel des Posts ist, falls es sich um Hate Speech handelt.

Werden z.B. Migrant\*innen nicht als Migrant\*innen verunglimpft, sondern als Muslim\*innen, wird der Kommentar zum Wert 9 zugeordnet.

- 0 Kein Hasskommentar/nicht zuordenbar**  
**2 Flüchtlingshelfer\*innen**  
**5 LGBTQIA+**  
**6 Linke**  
**7 Medienvertretende**

- 8 Migrant\*innen**
- 9 Muslim\*innen**
- 11 Rechte, Konservative**
- 12 Umweltschützer\*innen, Grüne**

#### **4. Kommentartyp: KTYP**

Hier wird festgehalten, ob es sich bei dem Kommentar um Hate Speech, eine persönliche Beleidigung bzw. Beschimpfung oder um nichts dergleichen handelt.

- 0 Keine Beleidigung, Beschimpfung oder Hate Speech**
- 1 Beleidigung oder Beschimpfung**
- 2 Hate Speech**

#### **5. Falls Hasskommentar: Betroffene Gruppe: KGRUPPE**

Hier wird vermerkt, welche Gruppe das (hauptsächliche) Ziel des Kommentars ist, falls es sich um Hate Speech handelt.

Werden z.B. Migrant\*innen nicht als Migrant\*innen verunglimpft, sondern als Muslim\*innen, wird der Kommentar zum Wert 9 zugeordnet.

Der Wert 10 wird nur verwendet, wenn die Gruppe nicht näher definiert ist. (z.B. bei Aussagen wie „Alle Politiker sind ein ekelhaftes Pack.“)

- 0 Kein Hasskommentar/nicht zuordenbar**
- 2 Flüchtlingshelfer\*innen**
- 5 LGBTQIA+**
- 6 Linke**
- 7 Medienvertretende**
- 8 Migrant\*innen**
- 9 Muslim\*innen**
- 10 Politiker\*innen**
- 11 Rechte, Konservative**
- 12 Umweltschützer\*innen, Grüne**
- 13 Unterstützende anderer Parteien**

#### **6. Anzahl der „Likes“: LIKES**

Hier wird eingetragen, wie viele „Likes“ ein Kommentar erhalten hat, um später feststellen zu können, wie sich die durchschnittliche Zahl der „Likes“ für Hasskommentare bzw. Beleidigungen im Verhältnis zur durchschnittlichen Zahl der „Likes“ überhaupt verhält.