

„Los, legen wir Feuer“

Netzpolitik Nach Facebook will Justizminister Maas nun auch Twitter und YouTube zwingen, Hassbotschaften zu löschen. Seine Chancen stehen schlecht.

Der Name des YouTube-Nutzers lässt keine Fragen offen: „Cyber Nazi“ nennt er sich, und auch seine Kommentare sind eindeutig. „Los wir zerstören das Asylheim!!! Los jetzt legen wir auch noch Feuer, dann sagen wir, es waren die Nazis!!!!!!“, postete Cyber Nazi unter ein Video. Das Filmchen selbst, getarnt als Nachrichtensendung, ist kaum besser: Unter dem Titel „Aufruhr in Dresden. Eine Stadt versinkt im Asyl Chaos“ schürt der Internetkanal „Deutsche Stimme“ subtil den Volkszorn. Betreiber: die NPD.

Nicht nur das Netzwerk Facebook ähnelt vielfach einer digitalen Pinnwand für Hassbotschaften. Auch auf YouTube, dem Kurznachrichtendienst Twitter oder hierzulande weniger bekannten Plattformen wie Reddit tobt sich Dunkeldeutschland aus. Das Problem der Hassbotschaften ist wegen der Flüchtlingskrise besonders akut, doch neu ist es nicht. Seit Jahren haben soziale Netzwerke Probleme mit Rassismus, Antisemitismus, Frauenfeindlichkeit. Doch alle Appelle, auch von Spitzenpolitikern, verhallen in der Regel ungehört.

Ein Teil der Sprüche im Netz ist nur geschmacklos oder gehässig, manche jedoch überschreiten die Grenze zu Volksverhetzung oder Beleidigung. Und alle sind ein klarer Verstoß gegen die Werte der blumigen Verhaltenskodizes, mit denen die Betreiber sich schmücken. Bei Kritik verweisen die Netzwerke auf ihre sogenannten Community-Teams und ihre Kooperationen mit Anti-Nazi-Organisationen. Aber bislang hat das Reaktionsteam von Facebook nur einige Hundert Mitglieder – und täglich gehen weltweit rund eine Million Beschwerden ein. Offensichtlich haben die sozialen Netzwerke ihre Kommentarspalten nicht unter Kontrolle – oder wollen es vielleicht nicht?

Ohnehin hatte Justizminister Heiko Maas vorerst nur Facebook eingeladen, um über den Debattenstil in dessen Netzwerk zu sprechen. Das zweistündige Treffen im Elisabeth-Selbert-Saal des Ministeriums, benannt nach einer Autorin des Grundgesetzes, verlief zäh, heißt es. Facebook zeigte sich freundlich, aber wenig einsichtig.

Weil Maas weiß, dass er mit Facebook allein wenig erreichen kann, weitet er nun



Minister Maas, Facebook-Manager Allan: So höflich wie unverbindlich

seinen Blick. Das Ministerium bereitet Briefe an Google, YouTubes Muttergesellschaft, und Twitter vor. Auch sie sollen der geplanten „Taskforce“ gegen Hatespeech beitreten. Bis Jahresende sind drei Treffen angesetzt, das erste für Oktober.

Dass Google mitspielt, ist zweifelhaft. „Gern erläutern wir dem Ministerium, welche umfangreichen Maßnahmen wir bereits einsetzen, um dem Thema entgegenzuwirken“, teilt der Konzern so höflich wie unverbindlich mit.

Bei Twitter heißt es ebenfalls, man kooperiere längst weltweit mit verlässlichen Partnern gegen Hatespeech. Im ersten Halbjahr 2015 habe der Dienst nur 14 Anfragen deutscher Strafverfolger zu problematischen Posts erhalten. Daraufhin seien zehn Nutzerkonten gesperrt und sechs Tweets gelöscht worden. Problem gelöst?

Die Netzwerke verstehen sich bestens darauf, öffentliche Empörung routiniert abzufedern. Schon 2013 geriet Twitter in Frankreich in die Kritik, weil es erst nach einem Gerichtsurteil Klarnamen von Nutzern preisgab, die antisemitische Inhalte posteten. Dabei stand das Hashtag, das Themenkürzel für diese Hassbotschaften, zeitweise auf einem Spitzenplatz bei den beliebtesten französischen Twitter-Themen. Zuvor hatten Hashtags wie „WennmeinSohnschwulwäre“ oder „WennmeineTochtereinenSchwarzenachHausebrächte“ für Ärger gesorgt. Frankreichs damalige Ministerin für Digitalwirtschaft, Fleur Pellerin, rügte Twitter.

In Großbritannien stand Twitter im Sommer 2014 wegen Hashtags wie „Hitlerhaterrecht“ in der Kritik. Ein Ausschuss des britischen Parlaments empfahl Twitter und Facebook, häufige Nutzer dieses Kürzels von ihren Seiten auszusperrten. Vergebens: Es wird noch munter genutzt.

Besonders wild geht es auf dem Nachrichtenaggregator Reddit zu, dessen Nutzer gern diskutieren, wie „eklig“ Artikel über Flüchtlinge seien oder wie man Frauen „richtig beschimpft“. Als die Reddit-Chefin fünf besonders krasse Schmähforen gegen Dicke oder Schwarze dichtmachte, wurde sie selbst Opfer übelster Beschimpfungen und trat im Juli entnervt zurück.

In Frankreich, wo Hatespeech verboten ist, erhöhte zuletzt Präsident François Hollande den Druck auf soziale Netzwerke: „Die großen Anbieter können nicht länger die Augen verschließen vor dem, was sie da verbreiten“, schimpfte er nach dem Anschlag auf das Satiremagazin „Charlie Hebdo“. Sie würden sonst zu „Komplizen“.

Justizminister Maas scheut sich noch, gesetzlich gegen „Hasskriminalität“ vorzugehen. Er will nicht der Mann sein, der das Internet zensuriert. Dass er Facebook damit ohne Druckmittel gegenübersteht, könnte erklären, warum der Konzern keine Zusagen machte für die Förderung der Hatespeech-Taskforce. Diese hatte Facebook immerhin selbst vorgeschlagen. Im Raum stand die Summe von zwei Millionen Euro. Doch es dürfte teuer werden, alle problematischen Kommentare allein der deutschen User effektiv auszufiltern.

Auf die Dauer dürfte es ohnehin wirksamere Mittel geben als Politikerschelte und Gesetze: finanziellen Druck. Als etwa Frauenrechtler eine virale Kampagne gegen Facebook starteten, weil es zwar Bilder stillender Mütter lösche, nicht aber frauenverachtende Fotos, drohten Werbekunden wie Finnair und Nissan mit dem Abzug ihrer Etats. Facebook gab klein bei: „Wir müssen besser werden und werden das auch“, sagte eine Sprecherin. Das war 2013. Melanie Amann, Marcel Rosenbach