
HASS UND ANGRIFFE AUF MEDIENSCHAFFENDE

EINE STUDIE ZUR WAHRNEHMUNG VON UND
ERFAHRUNGEN MIT ANGRIFFEN AUF JOURNALIST*INNEN

Michael Papendick, Yann Rees, Franziska Wäschle, Andreas Zick
(Institut für interdisziplinäre Konflikt- und Gewaltforschung, Universität Bielefeld)

EXPERTISE FÜR DEN MEDIENDIENST INTEGRATION

HASS UND ANGRIFFE AUF MEDIENSCHAFFENDE
EINE STUDIE ZUR WAHRNEHMUNG VON UND ERFAHRUNGEN
MIT ANGRIFFEN AUF JOURNALIST*INNEN

Michael Papendick, Yann Rees, Franziska Wäschle, Andreas Zick
(Institut für interdisziplinäre Konflikt- und Gewaltforschung,
Universität Bielefeld)

EXPERTISE FÜR DEN MEDIENDIENST INTEGRATION

1. ZENTRALE ERGEBNISSE

- Die vorliegende Studie verdeutlicht, dass **Journalist*innen** in Deutschland **in hohem Ausmaß von Hass und Anfeindungen betroffen** sind. Für die Untersuchung wurden 322 Medienschaffende anonym zu ihren Erfahrungen mit diesen Phänomenen befragt. **59,9 Prozent der befragten Journalist*innen geben an, in den vergangenen 12 Monaten mindestens einmal angegriffen worden zu sein.** 68,6 Prozent sind der Ansicht, dass Angriffe auf journalistische Beiträge in Deutschland in den vergangenen 12 Monaten insgesamt zugenommen haben. Unter Angriffen versteht die Studie alle Arten von hasserfüllten Reaktionen, die Medienschaffende in ihrem Berufsalltag erleben – von Beleidigungen über Anfeindungen bis hin zu Aufrufen zu Gewalt und/oder Straftaten. Erfasst wurden darüber hinaus auch erlebte körperliche Gewalt und Morddrohungen. **16,2 Prozent aller Befragten berichten, in ihrem Berufsleben schon einmal körperlich angegriffen worden zu sein. 15,8 Prozent geben an, dass sie schon einmal eine Morddrohung erhalten haben.**
- Die Studie erfragte zudem, ob es aus Sicht der Medienschaffenden Themen gibt, die besonders häufig Angriffe durch das Publikum zur Folge haben. **Als „Hot Topics“ benennen die Befragten insbesondere die Themen „Migration“, „AfD“ und „Flüchtlinge“.** **Der überwiegende Teil der von Hass Betroffenen ordnet die Anfeindungen gegen Journalist*innen einem rechten politischen Spektrum zu (82,4 %).** Knapp zwei Drittel aller Befragten (63,9 %) sind der Ansicht, dass Angriffe auf Medienschaffende durch politische Akteure in Deutschland insgesamt zunehmen. Sie benennen dabei als Aggressor explizit die AfD.
- Die Folgen von Hass und Angriffen auf Medienschaffende zeigen sich vor allem auf der persönlichen Ebene: Viele Befragte berichten von psychischen Belastungen und der **Sorge vor einer weiteren Zunahme von Angriffen.** Fast zwei Drittel aller Befragten (62,0 %) sehen die Freiheit und Unabhängigkeit journalistischer Arbeit in Deutschland in Gefahr. Viele Teilnehmer*innen (52,3 %) äußern Verständnis dafür, wenn Kolleg*innen aus Sorge vor Angriffen nicht über bestimmte Themen berichten.
- Um den Hassbotschaften zu begegnen, bieten Redaktionen Unterstützung für betroffene Journalist*innen an, etwa in Form von Beratung oder eines Rechtsbeistands. Diese **Angebote werden von Betroffenen als hilfreich wahrgenommen.** Vor besonderen Herausforderungen stehen freie Medienschaffende ohne redaktionelle Anbindung. **Viele Befragte fordern einen konsequenteren Umgang mit Hate Speech von Polizei und Strafverfolgung.** Zudem sprechen sie sich für **mehr öffentliche Solidarität und Unterstützung von politischer Seite aus,** damit die Freiheit und Unabhängigkeit journalistischer Arbeit in Deutschland gewahrt werden kann.

2. HINTERGRUND UND FRAGESTELLUNG

Die vorliegende Studie ist eine Neuauflage der Untersuchung „Hass im Arbeitsalltag Medienschaffender - Publizieren wird zur Mutprobe“, die im März 2017 vom Bielefelder Institut für interdisziplinäre Konflikt- und Gewaltforschung (IKG) in Kooperation mit dem Mediendienst Integration durchgeführt und publiziert wurde. Sowohl die ursprüngliche als auch die vorliegende Studie wurde durch die Freudenberg Stiftung gefördert.

Die zentralen Fragen der Untersuchung lauten:

- 1) Welche Erfahrungen mit Hass und Angriffen berichten Medienschaffende in Deutschland im Jahr 2019?
- 2) Welche Folgen haben die Angriffe für Medienschaffende und ihr Arbeitsumfeld?
- 3) Wie gehen Betroffene und Redaktionen mit den Angriffen um? Welche Strategien im Umgang mit Hass und Angriffen werden als hilfreich wahrgenommen?
- 4) Welche Unterstützung fordern Medienschaffende selbst im Umgang mit Hass und Angriffen – was fehlt?

Folgende Definition für „Hate Speech und Angriffe“ wurde den Befragten vorgegeben: *„Alle Arten von hasserfüllten Reaktionen und Angriffen in Form von verbalen Beleidigungen über Anfeindungen bis hin zu Aufrufen zu Gewalt und/oder Straftaten, die Medienschaffende in ihrem Berufsalltag erleben“*. Tatsächlich erlebte körperliche Gewalt wurde in der Studie ebenfalls erfragt, jedoch separat behandelt.

Die aktuelle Studie enthält einige Themenblöcke in identischer oder nur leicht abgewandelter Form wie die Untersuchung von 2017, um die Befunde vergleichen zu können. Gleichzeitig wurden neue Fragen aufgenommen und einzelne Aspekte differenzierter erfasst. Neu hinzugekommen sind unter anderem die Fragen nach Morddrohungen und den Konsequenzen der Angriffe für eine freie journalistische Berichterstattung. Zudem konnten die Befragten ausführlicher als in der Erhebung von 2017 über ihre Erfahrungen mit Angriffen berichten, Strategien benennen, die sich gegen Hass bewährt haben, und Vorschläge formulieren, wie weitere Unterstützungsangebote für Medienschaffende in Deutschland aussehen könnten. Der Fokus der aktuellen Studie liegt daher stärker als in 2017 auf offenen Antwortformaten.

Die Teilnahme an der Studie war freiwillig und die Stichprobe daher selektiv. Die Studie kann nicht als repräsentativ für alle Medienschaffenden in Deutschland gelten. Dennoch erlaubt die hohe Anzahl der Befragten ausführliche Einblicke in den Arbeitsalltag Medienschaffender in Deutschland. Zugleich lässt sich ableiten, welche Strategien und Angebote gegen Hate Speech erfolgversprechend sind.

Die vollständigen Ergebnisse der Studie von 2017 („Publizieren wird zur Mutprobe“, Preuß, Tetzlaff & Zick) sind über die Homepage des Mediendienstes Integration¹ abrufbar. Vergleiche zwischen den Ergebnissen von 2017 und 2019 werden im vorliegenden Bericht an entsprechender Stelle gezogen. Es sei angemerkt, dass die Ergebnisse der Studien unter Vorbehalt vergleichbar sind. Es ist anzunehmen, dass insbesondere jene Medienschaffenden an den Studien teilgenommen haben, die sich in besonderem Ausmaß mit der Thematik auseinandergesetzt haben oder maßgeblich selbst von Hass und Angriffen betroffen sind. Dennoch können die Ergebnisse der beiden Studien auf einer rein deskriptiven Ebene verglichen werden.

3. METHODIK UND STICHPROBE

Die vorliegende Studie wurde als Umfrage über das Online-Befragungs-Tool „Unipark“ realisiert. So konnte sichergestellt werden, dass der Zugang für Journalist*innen möglichst niedrigschwellig war. Die Umfrage umfasste sowohl geschlossene als auch offene Fragen, bei denen die Befragten gebeten wurden, ausführlicher und nach eigenem Ermessen zu antworten. Die Teilnahme an der Umfrage erfolgte anonym und freiwillig. Die Befragten stimmten im Vorfeld der Verwendung und Auswertung ihrer anonymisierten Daten zu. Die Teilnehmer*innen hatten jederzeit die Möglichkeit, die Befragung abzubrechen oder einzelne Fragen unbeantwortet zu lassen. Durch die Freiwilligkeit der Antworten ergeben sich im Ergebnisbericht zum Teil schwankende Fallzahlen für einzelne Fragen, sodass sich Prozentwerte nicht an allen Stellen zu 100 Prozent aufsummieren. Zudem wurde ein Teil der Fragen nur denjenigen Teilnehmer*innen gestellt, die in den vergangenen 12 Monaten mindestens einmalig selbst von Hate Speech betroffen waren (193 Befragte) bzw. denjenigen Teilnehmer*innen, die angaben, redaktionell angebunden zu sein (242 Befragte). Die jeweils berücksichtigte Teilstichprobe ist unterhalb der Tabellen und Abbildungen genannt.

AUSWERTUNG DER OFFENEN FRAGEN

Die Auswertung der offenen Fragen orientiert sich zum einen an der sogenannten Qualitativen Inhaltsanalyse und zum anderen am sogenannten Offenen Codieren. Dabei werden Codes gebildet, die es ermöglichen, die Antworten der Befragten zu kategorisieren. Alle Codes sind aus den Antworten der Befragten selbst abgeleitet. Das entscheidende Kriterium für die Bildung von Codes ist eine hinreichend häufige Nennung von Inhalten in den offenen Antworten.

¹ <https://mediendienst-integration.de/artikel/viele-journalisten-von-angriffen-betroffen.html>

REKRUTIERUNG DER STICHPROBE

In einer ersten Phase wurden die Landesverbände der Deutschen Journalistinnen- und Journalisten-Union (dju) und des Deutschen Journalisten-Verbands (DJV) kontaktiert und über das Studienvorhaben informiert. Am 15. Oktober 2019 erhielten die Landesverbände einen Link zur Umfrage mit der Bitte, diesen über ihre Verteiler-Listen, Newsletter, Pressemitteilungen und über anderweitige Informationskanäle zu verbreiten. In einer zweiten Rekrutierungswelle wurden weitere journalistische Verbände und Organisationen telefonisch und per E-Mail auf die Studie hingewiesen und um Verbreitung gebeten. Insgesamt wurden mehr als 50 Verbände und Organisationen kontaktiert. Die Umfrage richtete sich dabei explizit an Medienschaffende. Die journalistische Berufserfahrung der Befragten wurde im Verlauf der Umfrage abgefragt. Alle Befragten gaben an, seit mindestens einem Jahr journalistisch tätig zu sein.

Zum Abschluss der Datenerhebung hatten insgesamt 2.172 Medienschaffende auf die Umfrage zugegriffen, 322 von ihnen füllten die Umfrage vollständig aus. Die Daten derjenigen, die ihre Teilnahme im Verlauf abbrachen, wurden nicht in die Datenauswertung aufgenommen. Die Zusammensetzung der finalen Stichprobe ist in Bezug auf die Demographie, den beruflichen Hintergrund und das aktuelle Arbeitsumfeld sowie die Medien- und Themenschwerpunkte der Befragten nachfolgend abgebildet.

DEMOGRAPHIE UND BERUFLICHER HINTERGRUND

Das Durchschnittsalter der Befragten liegt bei 48 Jahren. Über die Hälfte (52,2 %) ist männlich, 38,8 Prozent weiblich, die übrigen 8,0 Prozent geben ein anderes oder kein Geschlecht an. Einen Migrationshintergrund gibt jede*r zehnte Befragte an (10,6 %).

Tab. 1: **Demographische Angaben der Befragten**

Alter	Durchschnitt		Alterspanne	
	48,0 Jahre		23-70 Jahre	
Geschlecht	„männlich“	„weiblich“	„anderes“	keine Angabe
	52,2 %	38,8 %	2,2 %	6,8 %
Migrationshintergrund	bejaht	verneint	keine Angabe	
	10,6 %	83,2 %	6,2 %	

Anmerkung. N = 322.

Im Durchschnitt sind die Befragten seit über 20 Jahren als Journalist*innen tätig. Jeweils rund 40,0 Prozent sind Medienschaffende in Festanstellung und freie Mitarbeiter*innen. Der Großteil der Befragten arbeitet hauptberuflich journalistisch (80,7 %), drei Viertel (75,2 %) geben an, redaktionell angebunden zu sein.

Tab. 2: **Beruflicher Hintergrund der Befragten**

Berufstätigkeit als Journalist*in	Durchschnitt		Zeitspanne	
	21,2 Jahre		1-50 Jahre	
Anstellungsverhältnis	Festanstellung	Freie Mitarbeit	Pauschalist*in	Sonstiges
	42,2 %	39,8 %	5,3 %	12,7 %
Anstellungsumfang	hauptberuflich	nebenberuflich	ehrenamtlich	Sonstiges
	80,7 %	7,1 %	3,4 %	8,7 %
Redaktionelle Anbindung	bejaht		verneint	
	75,2 %		23,3 %	
Regionaler Schwerpunkt	eher überregional	eher lokal	sowohl als auch	
	46,9 %	26,4 %	26,7 %	

Anmerkung. N = 322.

Ein Großteil der Befragten (45,7 %) gibt an, bei einer Zeitung zu arbeiten. Reine Online-Medien, Fernsehen und Hörfunk sind zu je etwa einem Drittel vertreten.

Für welches Medium arbeiten Sie?

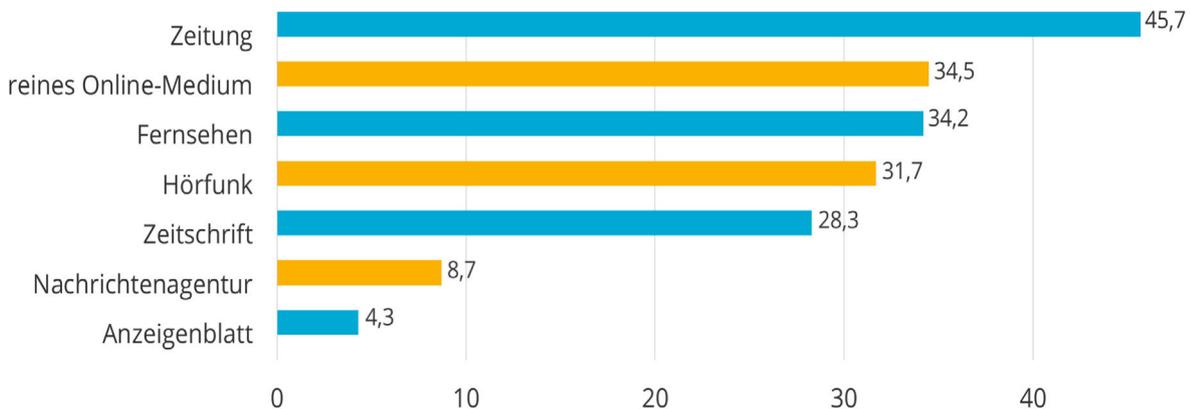


Abb. 1: **Anteile der Medienformate, für die die Befragten tätig sind** (in %)

Anmerkung. N = 322. Mehrfachnennungen möglich.

REGIONALE UND INHALTLICHE ARBEITSSCHWERPUNKTE

Ein großer Teil der Befragten arbeitet vorrangig in Bayern (76), gefolgt von Nordrhein-Westfalen (41), Berlin (36) und Hamburg (29). 32 Befragte sagen, dass sie gleichermaßen in verschiedenen Bundesländern tätig sind.



Abb. 2: **Inhaltliche Arbeitsschwerpunkte der Befragten**

Anmerkungen. Darstellung der Arbeitsschwerpunkte der Befragten als Wortwolke. Je größer ein Begriff, desto häufiger die Nennung, N = 322.

In einem offenen Antwortfeld konnten die Befragten angeben, zu welchen Themen sie schwerpunktmäßig arbeiten. Die meisten Teilnehmer*innen nennen dabei die Themenfelder „Gesellschaft, Kultur und Medien“ und „Innenpolitik/Deutschland Spezifisches“ (jeweils 83 offene Nennungen). „Wirtschaft/Arbeitsmarkt“ (55 Nennungen), „Klima, Umwelt und Verkehr“ (37 Nennungen) sowie „Soziales/Sozialpolitik“ (35 Nennungen) ergänzen die fünf häufigsten inhaltlichen Arbeitsschwerpunkte der Teilnehmer*innen.

4. ERGEBNISSE

Nachfolgend werden die Ergebnisse der Umfrage den vier eingangs formulierten Leitfragen entsprechend dargestellt.

WELCHES AUSMAß HABEN ANGRIFFE AUF JOURNALIST*INNEN?

HÄUFIGKEIT VON ANGRIFFEN

Der überwiegende Teil der Befragten (59,9 %) berichtet, in den vergangenen 12 Monaten mindestens einen Angriff auf die eigene Person erlebt zu haben. 41,3 Prozent waren mehrmals oder regelmäßig betroffen. Nach Einschätzung von über zwei Dritteln der Befragten (68,6 %) haben Angriffe auf journalistische Beiträge in den letzten 12 Monaten insgesamt zugenommen. Eine

Zunahme der Angriffe auf eigene Beiträge, bezogen auf die letzten 12 Monate, bejaht mehr als jede*r vierte (29,8 %), bezogen auf die gesamte bisherige berufliche Laufbahn mehr als jede*r zweite Befragte (55,0 %). Diejenigen, die in den letzten 12 Monaten wiederholt angegriffen wurden, geben im Durchschnitt 22 Angriffe auf die eigene Person in dieser Zeit an.

Angriffe auf Medienschaffende haben...

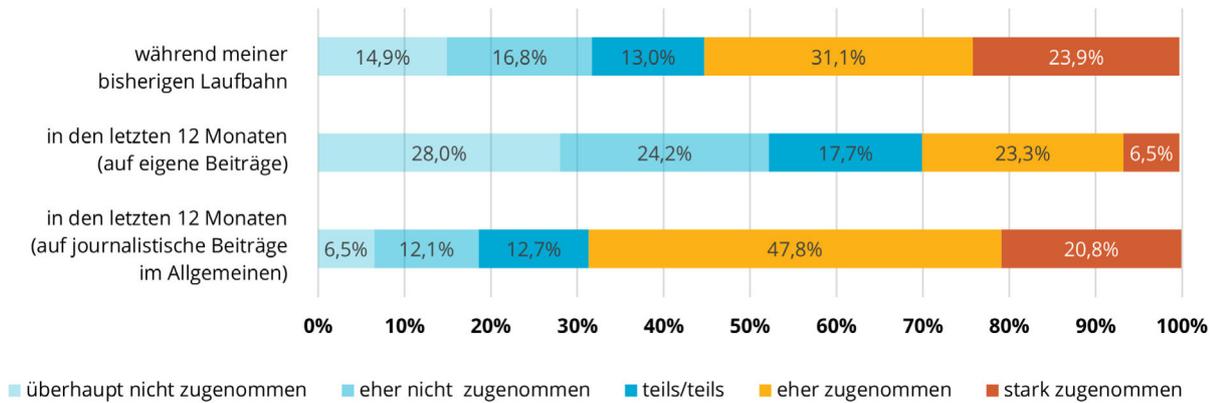


Abb. 3: **Wahrnehmung der Entwicklung von Angriffen auf Medienschaffende**

Anmerkung. N = 322.

Tab. 3: **Eigene Erfahrungen mit Angriffen in den vergangenen 12 Monaten** (in %)

	nein, noch gar nicht	ja, einmalig	ja, mehrmals	ja, regelmäßig
Wurden Sie selbst in den letzten 12 Monaten von Ihrem Publikum oder bei Veranstaltungen im Sinne der vorherigen Definition angegriffen?	40,1	18,6	33,2	8,1

Anmerkung. N = 322.

Zum Vergleich: 2017 berichteten 42,2 Prozent aller Befragten Angriffserfahrungen, 66,5 Prozent eine Zunahme von hassgefüllten Reaktionen auf journalistische Beiträge im Allgemeinen, jeweils bezogen auf die letzten 12 Monate. Von mehrmaligen oder regelmäßigen Angriffen berichteten 26,3 Prozent.

KÖRPERLICHE ANGRIFFE UND MORDDROHUNGEN

16,2 Prozent der Teilnehmer*innen sagen, sie seien bei ihrer journalistischen Arbeit schon mindestens einmal körperlich angegriffen worden. In den offenen Beschreibungen nennen Befragte Beispiele wie:

- *„Bei Demonstrationen der PEGIDA-Bewegung wurde mein Kamerateam mehrfach geschubst oder gestoßen. Bei Ausschreitungen vor einer Unterkunft für Geflüchtete im sächsischen Heidenau wurde mein Team mit Steinen beworfen. Bei den Ausschreitungen in Chemnitz im September 2018 wurde mein Team angegriffen und ich eine Treppe heruntergeschubst.“*
- *„Mehrere Angriffe mit Fahnenstangen auf Demonstrationen - Anspucken - Kopfstoß - Hiebe gegen Kamera/Mikrofon.“*
- *„AnrempeIn/Schläge in Demonstrationsgeschehen; Handgreiflichkeiten am Rande rechtsextremer Treffen; zumeist Körpervletzungen (teils gefährliche), zweimal Sachbeschädigung; teils in Verbindung mit Nötigung.“*

15,8 Prozent der Befragten geben darüber hinaus an, im Laufe ihres Berufslebens schon einmal eine Morddrohung erhalten zu haben. Sie beschreiben z. B.: *„Ich bekam mehrfach anonyme Briefe mit Morddrohungen, geschickt sowohl ans Funkhaus, als auch an eine Verlagsadresse“* oder *„Eine Moderatorin hat eine konkrete Morddrohung über soziale Netzwerke (Facebook) bekommen“*. Mehr als die Hälfte der Betroffenen (57,4 %) fühlte sich nach der Drohung nicht gut durch die Sicherheitsbehörden geschützt.

Tab. 4: **Häufigkeiten erlebter körperlicher Angriffe und erhaltener Morddrohungen**

	nein	ja, einmalig	ja, mehrfach		
Haben Sie, über Hate Speech hinaus, schon einmal körperliche Angriffe im Rahmen Ihrer journalistischen Arbeit erlebt?	83,9 %	7,5 %	8,7 %		
	nein	ja			
Haben Sie in Ihrer beruflichen Laufbahn schon einmal eine Morddrohung erhalten?	84,2 %	15,8 %			
	überhaupt nicht gut	eher nicht gut	teils/teils	eher gut	sehr gut
Wie gut haben Sie sich infolge der Morddrohung durch die Sicherheitsbehörden (z.B. die Polizei) geschützt gefühlt?	23,4 %	34,0 %	25,5 %	17,0 %	0,0 %

Anmerkung. N = 322, bzw. N = 47.

WEGE, INHALTE UND HINTERGRÜNDE VON ANGRIFFEN

Über die Hälfte der Betroffenen sagt, dass sich die Angriffe unmittelbar gegen sie als Person richteten (54,4 %). Knapp 46 Prozent geben an, dass das Medium, für das sie arbeiten (45,6 %) sowie „die Medien im Allgemeinen“ (45,6 %) Ziel der Angriffe waren. Die Betroffenen berichten, dass sich der Angriff in den häufigsten Fällen auf ihre (vermeintliche) politische Orientierung bezogen habe (50,5 %). Zwischen männlichen (61,8 % betroffen) und weiblichen Befragten (56,8 % betroffen) zeigt sich dabei lediglich ein marginaler Unterschied. Auch zwischen Befragten mit (52,9 % betroffen) und solchen ohne Migrationshintergrund (59,7 % betroffen) zeigt sich ein deskriptiver, aber nicht statistisch bedeutsamer Unterschied in der Häufigkeit von Angriffen.

Zum Vergleich: Dieses Ergebnis deckt sich mit den Befunden aus 2017 – auch hier spielten das Geschlecht und der Migrationshintergrund der Befragten keine Rolle für die Häufigkeit, mit der sie betroffen waren.

Der Großteil der Angriffe durch Leser*innen, Hörer*innen oder Zuschauer*innen erfolgte digital, vor allem über soziale Netzwerke (60,6 %) und per E-Mail (51,3 %). Eine befragte Person sagte in den offenen Antworten: *„Anfeindungen in Form von Beleidigungen/anzüglichen Kommentaren via Twitter sind Alltag.“* Rund ein Viertel (27,5 %) der Befragten gibt an, schon mindestens einmal über private Kontaktdaten angegriffen worden zu sein, am häufigsten über den Privat-Account in sozialen Medien (54,7 %) und über private E-Mail-Adressen (35,8 %).

Knapp ein Drittel der Betroffenen (30,1 %) berichtet aber auch, schon mindestens einmal *„von Angesicht zu Angesicht“* beschimpft und angegriffen worden zu sein. In den offenen Antworten geben Befragte Beispiele für die Angriffe an, z. B.: *„Anspucken auf Veranstaltungen“, „Es kommt fast immer bei sogenannten Straßenumfragen oder bei Demonstrationen vor, dass man als Reporter angegriffen wird. Man wird angepöbelt, das Mikrofon wird einem aus der Hand geschlagen oder man wird abgedrängt“* oder *„Nach [ein]er Veranstaltung kam ein Mann auf mich zu, schrie mich an und fuchtelte mit den Armen.“*

Nach Einschätzung der Befragten handelte es sich bei den meisten Angriffen um „Einzeltäter*innen“ (42,0 %). In knapp einem Drittel der Fälle (29,0 %) habe man die Person aber auch eindeutig einer bestimmten Gruppierung oder Organisation zuordnen können. 68,9 Prozent der Betroffenen sagen, aus den Inhalten des Angriffs bzw. der Angriffe habe sich der ideologische Hintergrund der sie angreifenden Person(en) ableiten lassen. Mit 92,5 Prozent überwiegen hierbei politisch motivierter Hass und politisch motivierte Angriffe deutlich über anderen Hintergründen. In 82,4 Prozent der Fälle wurden die Angreifenden dem rechten politischen Spektrum zugeordnet. Darunter fallen Nennungen wie *„rechtsextrem“* und *„rechtspopulistisch“*, aber auch spezifische Nennungen wie *„Pegida“*, *„Identitäre Bewegung“* oder *„AfD“*.

Auf welchen Wegen wurden Sie angegriffen?

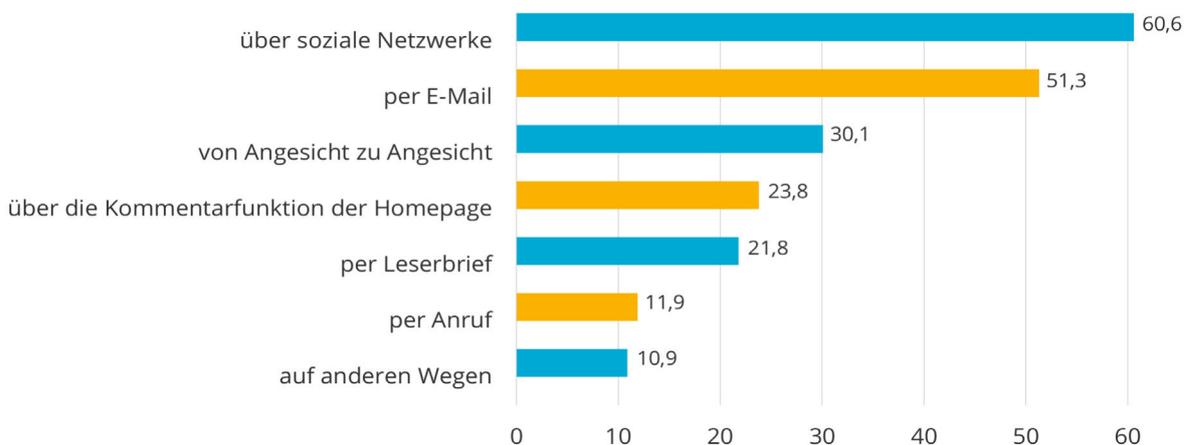


Abb. 4: **Häufigkeiten verschiedener Angriffswege** (in %)

Anmerkungen. Mehrfachnennungen möglich, N = 193.

Zum Vergleich: 2017 berichteten Befragte am häufigsten von Angriffen „von Angesicht zu Angesicht“ (34,3 %), während soziale Medien und E-Mails eine untergeordnete Rolle spielten.

Tab. 5: **Ideologische Verortung der Angriffe**

	politisch	religiös	Sonstiges
Wie würden Sie die Person(en), die sie angegriffen hat/haben, ideologisch verorten?	92,5 %	11,3 %	23,3 %

Anmerkung. Mehrfachnennung möglich, N = 193.

Tab. 6: **Politische Verortung der Angriffe**

	„rechts“	„links“	anderes
Wo würden Sie die Person(en), die sie angegriffen hat/haben, politisch verorten?	82,4 %	5,0 %	12,6 %

Anmerkung. N = 193.

Alle Teilnehmer*innen, also auch jene, die in den vergangenen 12 Monaten nicht selbst von Hass und Angriffen betroffen waren, wurden gefragt, ob sie generell zunehmende Angriffe auf Medienschaffende durch politische Akteure in Deutschland wahrnehmen. Dieser Aussage stimmen gut zwei Drittel aller Befragten (63,9 %) „eher“ oder „voll und ganz“ zu. Drei Viertel aller Befragten (76,9 %) sind der Meinung, dass es ganz konkrete politische Akteure bzw. Parteien gibt, von denen gehäuft Angriffe auf Journalist*innen ausgehen. Knapp zwei Drittel (63,0 %) nennen hierbei die AfD, 20,2 Prozent allgemeinere Gruppierungen, die dem politisch rechten Spektrum zuzuordnen sind („Pegida“, „Rechtsradikale“, „Rechtsextreme“). Andere Parteien („FPÖ“, „NPD“, „Grüne“) werden vergleichsweise selten benannt (13,4 %).

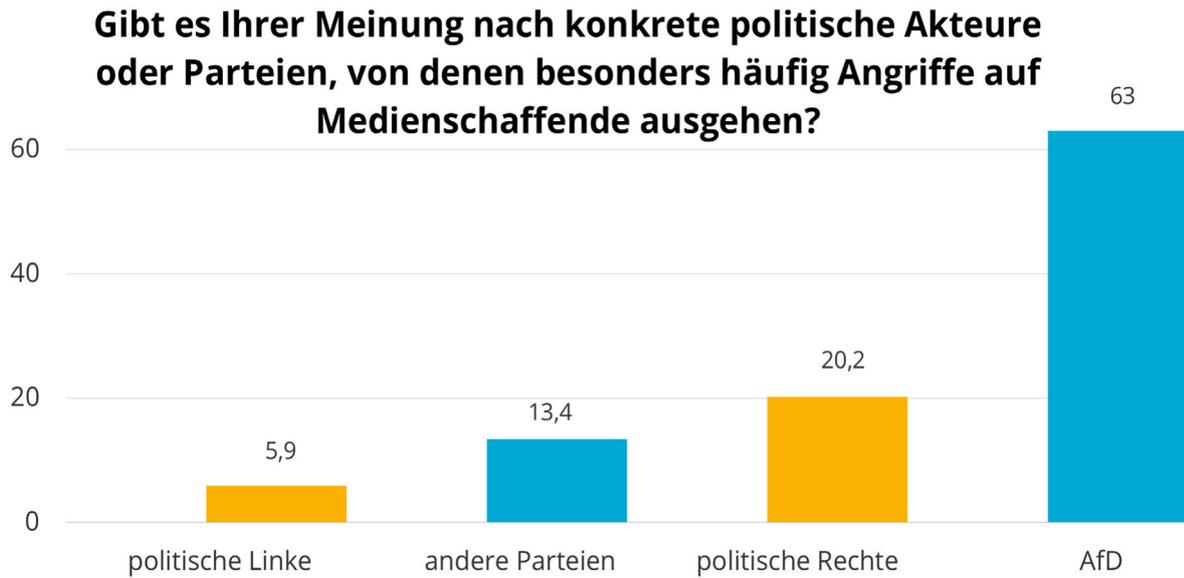


Abb. 5: **Verortung von Angriffen zu konkreten politischen Akteuren** (in %)

Anmerkung: Mehrfachnennung möglich, N = 322.

“HOT TOPICS”

Die Untersuchung fragte danach, welche inhaltlichen Themen nach Einschätzung der Befragten am häufigsten Hate Speech nach sich ziehen. Die Frage nach diesen „Hot Topics“ war offen formuliert. Mit 63 Nennungen wird das Thema „Migration“ von Befragten am häufigsten genannt, daran schließen sich „AfD“ (40 Nennungen) und „Flüchtlinge“ (34 Nennungen) an. Es folgen der Überbegriff „Politik“ (28 Nennungen) und die beiden verwandten Themen „Klima“ und „Klimawandel“ (jeweils 17 Nennungen). Die Top 10 werden von den Themen „Berichterstattung“, „Feminismus“, „Islam“ (jeweils 15 Nennungen) sowie „Integration“ (12 Nennungen) komplettiert.



Abb. 6: **Nennungen der in besonderem Ausmaß von Hate Speech betroffenen Themen**

Anmerkungen. Darstellung der „Hot Topics“ als Wortwolke. Je größer ein Begriff, desto häufiger die Nennung. (Darstellung ab mindestens fünf Nennungen), N = 193.

STRAFVERFOLGUNG DER ANGRIFFE

Rund ein Drittel derjenigen, die in den letzten 12 Monaten von Hate Speech oder Angriffen betroffen waren, schätzt, dass diese Angriffe einen Straftatbestand erfüllt haben (35,7 %). Besonders häufig nennen die Betroffenen „*Beleidigung, üble Nachrede oder Verleumdung*“ (76,5 %), die „*Androhung von Gewalt oder Nötigung*“ (60,3 %) und „*Bedrohung*“ (54,4 %).

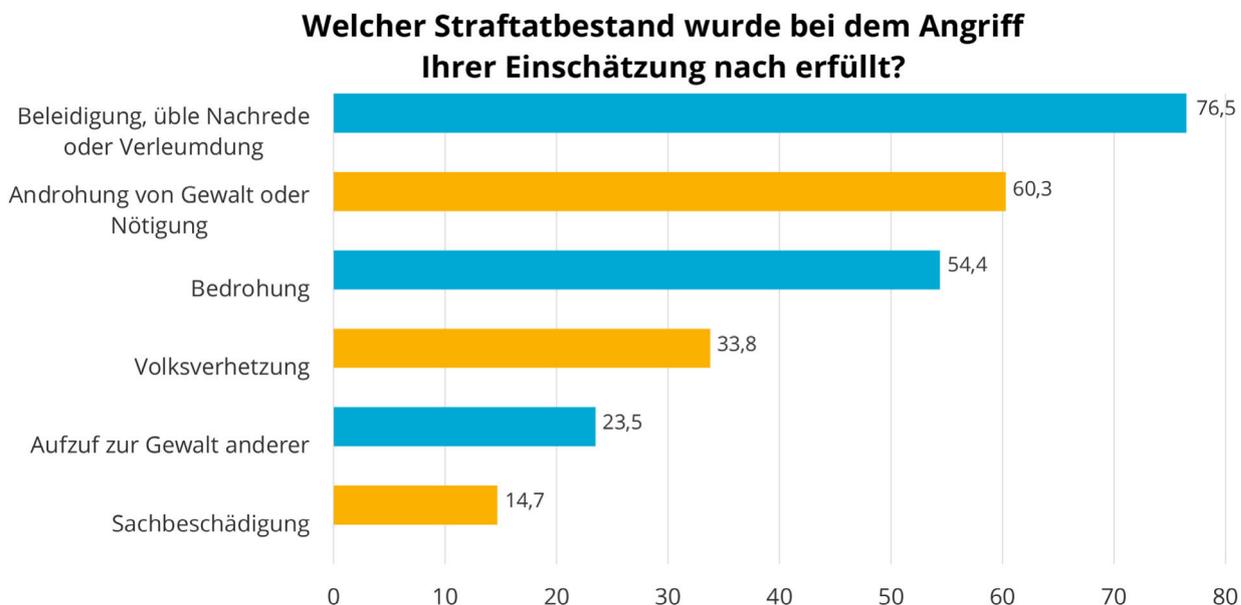


Abb. 7: **Häufigkeiten verschiedener Straftatbestände, die Betroffene erfüllt sahen** (in %) Anmerkungen. Mehrfachnennungen möglich, N = 69.

Von den 69 Betroffenen, die einen Straftatbestand erfüllt sahen, berichten 29, in mindestens einem der Fälle eine Strafanzeige gestellt zu haben. In 21 Fällen nahm die Polizei Ermittlungen auf, fünf Mal kam es zu einer Verurteilung der Person(en).

Tab. 7: **Häufigkeiten erfolgter Schritte der strafrechtlichen Verfolgung von Angriffen**

	%	Fallzahl
Erfüllte der Angriff, auf den Sie sich beziehen, Ihrer Einschätzung nach auch einen Straftatbestand?	35,7 %	69
Haben Sie daraufhin eine Strafanzeige gestellt?	42,6 %	29
Wurden infolge Ihrer Strafanzeige polizeiliche Ermittlungen gegen die Person(en) aufgenommen?	72,4 %	21
Wurde(n) die Person(en), gegen die Sie Strafanzeige gestellt haben, auch verurteilt?	23,8 %	5

Anmerkungen. Angegeben ist hier der prozentuale Anteil derer, die die jeweils vorausgehende Frage bejaht haben, N = 193.

WELCHE FOLGEN HABEN DIE ANGRIFFE?

AUSWIRKUNGEN AUF DAS REDAKTIONELLE KLIMA

Relativ selten scheinen Angriffe das redaktionelle Klima zu beeinträchtigen. Von einer angespannteren Stimmung innerhalb der Redaktion (15,0 %) oder einer generell kritischeren Haltung dem Publikum gegenüber berichten vergleichsweise wenige (14,6 %).

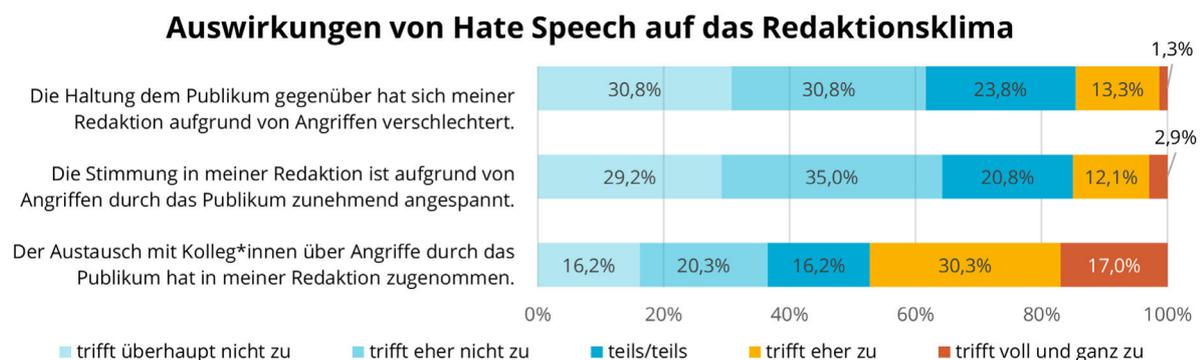


Abb. 8: **Auswirkungen von Hate Speech auf das Redaktionsklima**

Anmerkung. N=242.

PSYCHISCHE UND KÖRPERLICHE FOLGEN DER ANGRIFFE

Deutlicher sind die Folgen von Hass und Angriffen auf der individuellen Ebene. Fast zwei Drittel der Betroffenen (63,3 %) berichten von psychischen Belastungen. Am häufigsten werden allgemeine Belastungen wie „Ängste, Stress und Unsicherheit“ (40,6 %) und „inhaltliche Auswirkungen auf die Arbeit und Arbeitsprozesse“ (23,9 %) beschrieben.

Zum Vergleich: 2017 berichteten 45,5 Prozent der Betroffenen von Folgen der Angriffe auf ihr psychisches Wohlbefinden.

In den offenen Beschreibungen der Folgen von Angriffen äußern die Betroffenen sich wie folgt:

- *„Es ist beängstigend und deprimierend, so angegriffen und bedroht zu werden. Dies führt zu einer dauerhaft erhöhten psychischen Anspannung bei der Verrichtung der Arbeit, die Angst, Fehler zu machen ist groß, das Gefühl der Isolation auch. Auf Dauer macht dieser Zustand etwas mit einem, das eigene Weltbild verformt sich negativ.“*
- *„Andauernde Beleidigungen und Drohungen führen dazu, dass ich bei bestimmten Aktivitäten, auch privaten Reisen, überlege, ob ich meinen Namen und Anschrift beispielsweise bei Hotels oder Campingplätzen oder Fahrradverleihen angeben sollte. Ich muss das Gefährdungsrisiko für meine Familie realistisch einschätzen.“*
- *„Neben der klassischen Aggression im Sinne von Hate Speech ist [eine] pauschale Aggression in Form von mangelnder gesellschaftliche[r] Wertschätzung der eigenen Arbeit ebenfalls psychisch belastend.“*

11,9 Prozent der Befragten sagen, dass sich Angriffe durch das Publikum „eher“ oder „voll und ganz“ auf ihre körperliche Gesundheit auswirken. Auf körperlicher Ebene schlagen sich die Folgen von Angriffen also deutlich weniger nieder als auf psychischer.

SELBSTZENSUR UND FOLGEN FÜR DIE JOURNALISTISCHE ARBEIT

In den offenen Kommentaren werden die Konsequenzen für die Arbeitsweise der Befragten deutlich. Einige beschreiben eine „Selbstzensur“, weil sie mögliche Hassreaktionen erwarten:

- *„Man macht sich mehr Gedanken, ist nicht mehr frei und ungehemmt in der Berichterstattung, überlegt noch einmal mehr aus Angst vor Repressalien.“*
- *„Fühle mich eingeschränkt, dadurch dass ich über die Hate-Speaker-Reaktionen nachdenke, wenn ich meine Moderationen und Interviews schreibe.“*
- *„Bisweilen mag ich manche Themen nicht mehr bearbeiten, weil ich schon im Voraus weiß, dass sie anonyme Beleidigungen nach sich ziehen werden.“*

- „Man macht sich schon im Vorfeld einer Veröffentlichung Gedanken über die möglichen Reaktionen. Ich gehe dann in Gedanken alle Möglichkeiten durch, nicht nur für mich, sondern auch für die Personen, über die ich schreibe.“

Rund ein Drittel der Befragten (31,5 %) berichtet von einer Angst, dass Angriffe durch das Publikum in ihrem beruflichen Alltag weiter zunehmen. Dass sie selbst es aus Sorge vor Angriffen schon einmal abgelehnt haben, zu einem bestimmten Thema zu arbeiten, sagen 15,9 Prozent aller Befragten. Die Hälfte (52,3 %) zeigt Verständnis dafür, dass Kolleg*innen es ablehnen, über bestimmte Themen zu berichten, um sich selbst vor Angriffen zu schützen.

Vermeidung von Berichterstattung und Selbstzensur

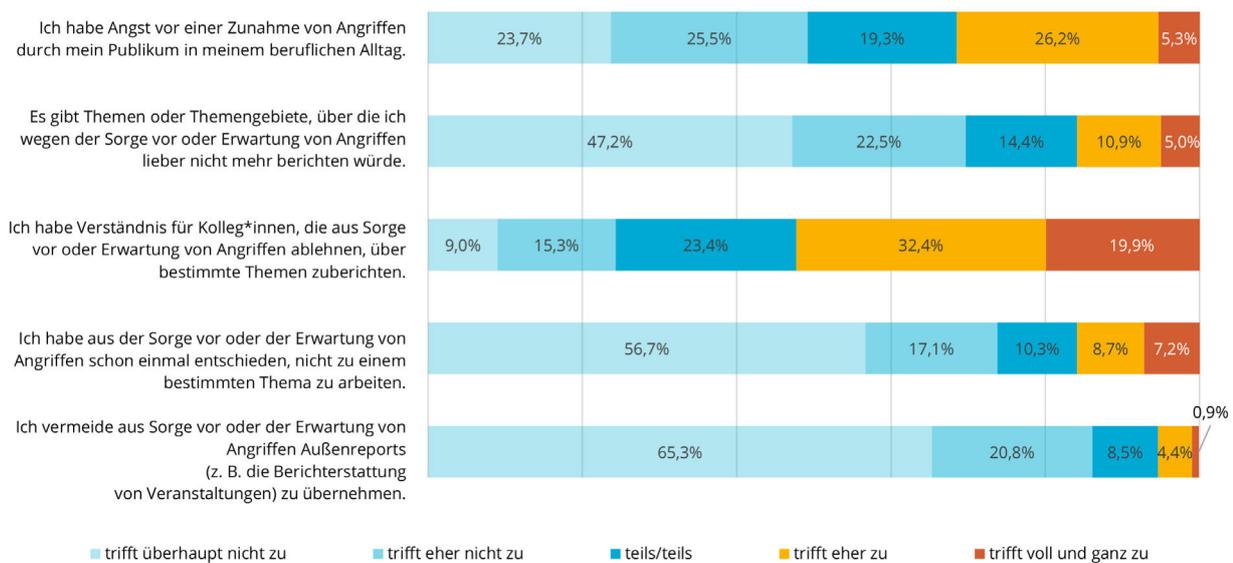


Abb. 9: Häufigkeiten der Vermeidung von Berichterstattung und Selbstzensur

Anmerkung. N = 322.

Auf breite Zustimmung treffen die Aussagen, dass die Kritik an der eigenen journalistischen Arbeit zunehmend undifferenzierter wird (54,1 %) und dass recherchierte Fakten vom Publikum häufiger in Fragen gestellt werden (55,3 %). Fast zwei Drittel aller Befragten (62,0 %) machen sich Sorgen, dass die Freiheit und Unabhängigkeit der Presse in Deutschland bedroht ist.

Wahrnehmung von Kritik durch das Publikum und Einschränkung der Pressefreiheit

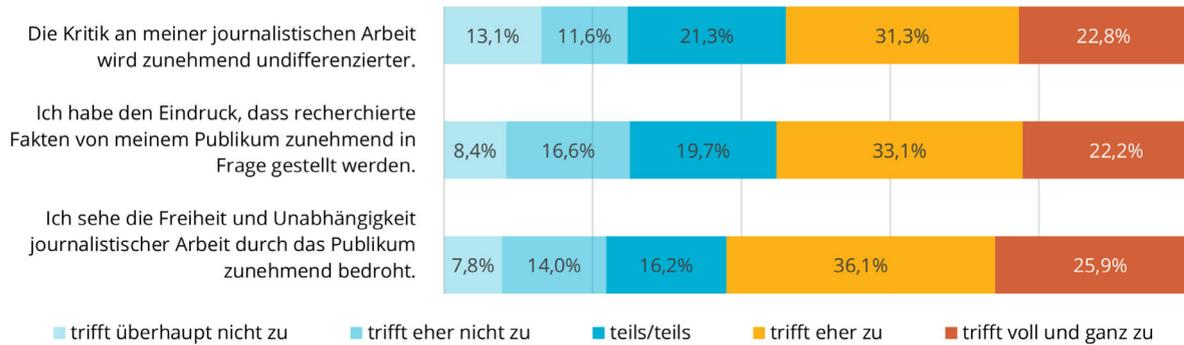


Abb. 10: **Wahrnehmung von Kritik durch Publikum und Einschränkungen der Pressefreiheit**
Anmerkung. N = 322.

WIE GEHEN MEDIENSCHAFFENDE MIT DEN ANGRIFFEN UM? WELCHE STRATEGIEN HABEN SICH BEWÄHRT?

DER PERSÖNLICHE UMGANG

Diejenigen, die in den vergangenen 12 Monaten mindestens einmal betroffen waren, wurden gefragt, wie sie mit diesen Angriffen umgegangen sind. Am häufigsten nennen sie dabei den Austausch sowohl mit Kolleg*innen (82,5 %) als auch mit dem privaten Umfeld (78,6 %). 12,6 Prozent der Betroffenen geben an, dass sie sich nach dem Angriff an eine professionelle Stelle außerhalb ihrer Redaktion gewandt haben, etwa an Anwält*innen, Justiziarate aber auch an Psycholog*innen.

DER REDAKTIONELLE UMGANG

68,3 Prozent berichten von offenen Gesprächen über Angriffserfahrungen innerhalb der Redaktionen. Dass Redaktionen infolge von Angriffen erwägen, ihre Art der Berichterstattung zu ändern oder sich gar mit der Berichterstattung zu bestimmten Themen bewusst stärker zurückzuhalten, geben nur 5,2 Prozent bzw. 5,1 Prozent aller Befragten an. Die Mehrheit der redaktionell Angehörigen berichtet, sich von der eigenen Redaktion gut im Umgang mit Hass und Angriffen von außen geschützt zu fühlen (61,4 %). Etwa jede*r Fünfte berichtet einen Mangel an redaktioneller Unterstützung (18,0 %).

Zum Vergleich: 2017 berichteten 51,4 Prozent der Befragten, das Thema Hate Speech werde in ihrer Redaktion gar nicht thematisiert.

Alle Befragten, die fest an eine Redaktion angebunden sind, wurden gefragt, welche Unterstützungsangebote in ihren Redaktionen existieren. Zudem wurden sie gefragt, ob sie die Angebote genutzt haben, und wenn ja, wie nützlich diese waren. Neben der Möglichkeit eines informellen Austauschs mit Kolleg*innen in einem Großteil der Redaktionen (81,8 %) berichten viele Befragte auch von stärker formalisierten Angeboten wie juristischem Beistand (60,7 %) und Stellen zur Kontrolle von Publikumsbeiträgen (58,3 %). Vergleichsweise selten werden externe Angebote wie Schulungen (17,4 %) oder der Austausch mit Expert*innen (14,9 %) genannt, noch seltener die konkrete Unterstützungsmöglichkeit, bei Außenberichten begleitet und beschützt zu werden (12,8 %). Alle aufgeführten Angebote werden von den Betroffenen als überwiegend hilfreich erlebt. Keines der Angebote wird als eindeutig „nicht hilfreich“ beschrieben.

Vorhandene Unterstützungsangebote in Redaktionen und ihre Wirksamkeit

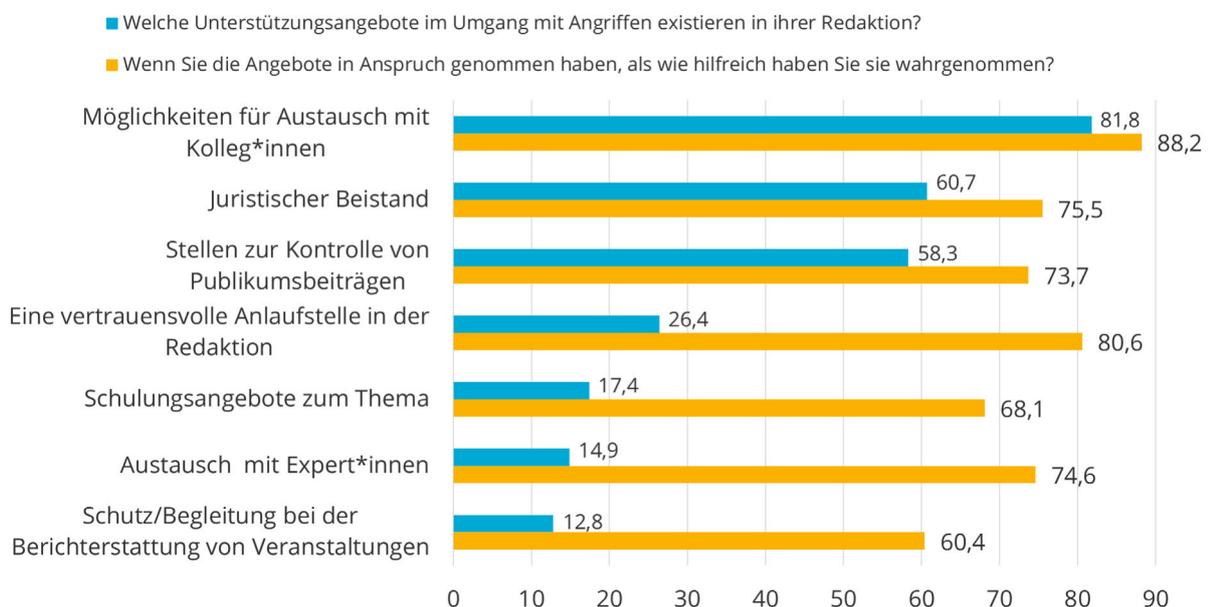


Abb. 11: **Vorhandene Unterstützungsangebote in Redaktionen und ihre Nützlichkeit** (in %)

Anmerkungen. Angegeben ist hier einerseits der prozentuale Anteil der Redaktionen, in denen das jeweilige Unterstützungsangebot vorhanden ist (blau), andererseits der Anteil der Befragten, die das jeweilige Angebot bei der Nutzung als „eher“ oder „sehr hilfreich“ wahrgenommen haben (gelb), N = 242.

Zum Vergleich: Auch in 2017 berichtete ein großer Teil der Befragten, die Aufarbeitung der Vorfälle finde vor allem im Austausch mit Kolleg*innen statt (66,8 %). Konkrete Unterstützungsangebote, etwa Schulungen, der Austausch mit Expert*innen und juristischer Beistand sind inzwischen in mehr Redaktionen vorhanden als noch 2017, einzelne Unterstützungen werden jedoch weiterhin nur einem kleinen Teil der Redaktionen angeboten.

AUSZÜGE AUS DEN POSITIVEN ERFAHRUNGSBERICHTEN

Der am häufigsten genannte Code im Kontext von positivem Umgang mit Angriffen und Hate Speech ist „*Verband/Redaktion/Verlag schaltet sich ein*“ (19 Nennungen). Dabei kann es sich um eher implizite Formen der Unterstützung handeln, wie etwa an dieser Passage deutlich wird: „*Ich genieße hier zum Glück den 100-prozentigen Rückhalt des Verlages und der Redaktionsleitung, die sämtliche Angriffe ignoriert und mich ermuntert, in meiner Berichterstattung unbeirrt fortzufahren.*“ Andere berichten davon, dass es hilfreich sei, sich innerhalb der Redaktion auszutauschen und einen gemeinsamen Umgang mit Hate Speech und Angriffen zu finden: „*In meinem persönlichen Fall fand ich es hilfreich, als Redaktion gemeinsam zu überlegen, wie man sich positioniert. Dass man als Autor nicht alleine gelassen wird und alle gemeinsam Ruhe bewahren und sich nicht davon beeinflussen lassen.*“ Es kann sich allerdings auch um ganz konkrete Formen der Unterstützung handeln, allen voran juristischer Beistand durch das redaktionsansässige Justizariat bzw. die Rechtsabteilung: „*In einer persönlichen Mail an mich wurden ein Kollege und ich als Nazi-Helfer bezeichnet. Mein Medienhaus hat den Urheber in meinem Namen angezeigt. Die Rechtsabteilung hat die Anzeige in meinem Namen angefertigt und verschickt. Der Urheber hat einen Strafbefehl bekommen.*“

Ebenfalls als positiv werden öffentliche Gegenrede bzw. Solidarisierungen beschrieben (16 Nennungen). So zum Beispiel in Social Media: „*Positiv empfinde ich es grundsätzlich, wenn in den sogenannten sozialen Netzwerken andere User Hate Speech entgegen treten und diese als solche benennen*“ oder „*Es ist positiv, wenn sich unsere Zuschauer/Hörer/Leser auf die Seite der Redaktion stellen.*“ Auch öffentliche Solidarisierungen zum Beispiel durch Rundfunkanstalten werden als positive Beispiele angesprochen: „*NDR und andere Institutionen stellen sich hinter Kollegen, gegen den die Nazis öffentlich zur Demo aufgerufen haben.*“

DIE ROLLE REDAKTIONELLER HANDLUNGSLEITFÄDEN

Von den redaktionell Angebundenen berichtet jede*r Fünfte (19,6 %), dass in ihrer Redaktion ein Handlungsleitfaden für den Umgang mit Hass und Angriffen existiere. Rund die Hälfte von ihnen gibt an, diesen Leitfaden schon einmal genutzt zu haben (51,1 %). Wiederum die Hälfte (56,5 %) sagt, der Leitfaden sei für ihren Umgang mit dem Erlebten „*eher*“ oder „*sehr sinnvoll*“ gewesen. Nach den Inhalten der Leitfäden gefragt, berichten die Befragten von Hinweisen dazu, anhand welcher Kriterien sie zwischen „*noch akzeptablen*“ Beiträgen und tatsächlich rechtswidrigen Verstößen durch das Publikum differenzieren können oder bis zu welchem Punkt es gegebenenfalls noch sinnvoll sein kann, sich auf Diskussionen einzulassen. In einer Redaktion wird berichtet, dass Kolleg*innen Betroffene in Abhängigkeit von ihrem persönlichen inhaltlichen Arbeitsschwerpunkt beraten, damit diese besser einschätzen können, wie erlebte Angriffe einzuordnen sind und ob beziehungsweise wie auf diese reagiert werden kann. Auch wird in den offenen Beschreibungen vereinzelt, aber selten explizit auf den 2019 veröffentlichten Leitfaden für den Umgang mit Hate Speech im Netz der „*Neuen deutschen Medienmacher*innen*“ („*Wetterfest durch den Shitstorm*“) hingewiesen.

DIE ROLLE DES NETZDG

Die Teilnehmer*innen wurden gefragt, ob sie eine positive Wirkung des Netzwerkdurchsetzungsgesetzes (NetzDG) wahrnehmen, das 2017 in Kraft getreten ist. Insgesamt stehen die Befragten dem NetzDG eher kritisch gegenüber – über die Hälfte (52,1 %) gibt an, das NetzDG trage „eher nicht“ oder „überhaupt nicht“ zu einem besseren Umgang mit Hate Speech im Netz bei.



Abb. 12: **Einschätzung der Wirksamkeit des Netzwerkdurchsetzungsgesetzes (NetzDG)**

Anmerkung. N = 322.

INDIVIDUELLE PRÄVENTIONSMAßNAHMEN

In offenen Antworten konnten die Befragten berichten, ob und wie sie Maßnahmen ergreifen, um sich vor Hate Speech zu schützen. Diese offenen Antworten wurden nachträglich codiert. Mit 57 Nennungen am häufigsten genannt wird dabei „Sicherheit/Löschung von Daten in Internet und Öffentlichkeit“. Die meisten Nennungen beziehen sich dabei auf eine Nicht-Veröffentlichung bzw. Löschung von Informationen im Internet, wie folgende Antworten verdeutlichen: „*Persönliches stelle ich nicht ins Netz*“, „*Wohnort im Internet verschleiert*“, „*Ich bin privat im Netz kaum sichtbar*“ oder „*Ich habe Bilder löschen lassen und generell nicht viel Privates im Internet*“. In einigen Beiträgen wird zudem konkreter auf Einzelaspekte, wie z. B. die Impressumspflicht von Internetpräsenzen verwiesen: „*Ich verstoße bewusst gegen die Impressumspflicht auf meiner Webseite*“ oder „*Einträge im Impressum auf privater Website durch Redaktionsanschrift ersetzt, um privaten Wohnort und Kontaktdaten zu verbergen*“.

Eine weitere Präventionsmaßnahme, die Medienschaaffende angeben, ist die Abschaltung bzw. Einschränkung von Social-Media-Kanälen (27 Nennungen). Beispiele dafür sind: „*Keine Mitgliedschaft bei Facebook etc., keine Homepage*“ oder „*Mein eigenes Blog gelöscht*“. Zusätzlich sprechen einige der Teilnehmer*innen auch von einer Einschränkung ihrer Aktivitäten in Social Media: „*Ich poste nur im privaten Bereich im Social Web. Ich nutze Social Media nur als Recherchequelle und nicht als Publikationsort*“. Elf Befragte sagen, dass sie ihre Daten im Melderegister haben sperren lassen oder dass sie unter Pseudonymen publizieren. Neun Mal werden zudem direkte Schutzmaßnahmen wie „*Personenschutz*“ oder sogar „*Umzug in eine andere Wohnung*“ genannt.

WELCHE UNTERSTÜTZUNG FORDERN JOURNALIST*INNEN?

FORDERUNGEN ZUM BESSEREN SCHUTZ VOR ANGRIFFEN

Die von den meisten Teilnehmer*innen und am ausführlichsten beantwortete Frage befasst sich mit Unterstützungsvorschlägen, um Hate Speech und Angriffen effektiv zu begegnen. Die Unterstützungsvorschläge und -forderungen, die redaktionell angebundene Medienschaffende benennen, lassen sich in vier Kategorien einteilen. Die nachfolgende Tabelle veranschaulicht diese vier Ebenen und ihre jeweiligen Unterkategorien.

Tab. 8: **Argumentationsebenen und Unterkategorien der offen formulierten Unterstützungsvorschläge für einen besseren Umgang mit Hate Speech und Angriffen**

Argumentationsebenen und Unterkategorien	Anzahl Nennungen
Politisch-juristische Ebene	120
Forderungen an Polizei und Strafverfolgung	60
Forderungen an Politik	51
Forderungen an Social Media	9
Redaktionell-institutionalisierte Ebene	88
Umgang mit Angriffen und Hate Speech in Redaktionen	64
Rolle von Medienschaffenden selbst	24
Gesellschaftlich-normative Ebene	70
Gesellschaftliche Normen und Werte	36
Rolle von Medienschaffenden in der Gesellschaft	18
Öffentlichkeit/gesellschaftliche Gegenrede/Solidarisierung	16
Individuell-psychologische Ebene	30

Anmerkung. N = 322.

FORDERUNGEN AN POLIZEI, POLITIK UND SOCIAL-MEDIA-PLATTFORMEN

Am häufigsten erwähnen die Teilnehmer*innen hier „Forderungen an Polizei und Strafverfolgung“ (60 Nennungen). Dabei spielt ein besserer Schutz von Medienschaffenden durch die Polizei, sowohl im Allgemeinen als auch z. B. bei öffentlichen Veranstaltungen oder Außeneinsätzen, eine Rolle, wie dieses Beispiel, stellvertretend für einige andere, verdeutlicht:

- *„Auf Demos / Veranstaltungen müssen Sicherheitsdienste und Polizei konsequent eingreifen, wenn Teilnehmer Medienschaffende angreifen.“*

Auch eine insgesamt „sensiblere“ Umgangsweise der Polizei bei Vorfällen von Hate Speech und Angriffen wird gefordert:

- *„Sensibilisierung der Polizei, denn ich habe schon erlebt, dass Beamte bei – in diesem Fall nur verbalen – Angriffen schulterzuckend danebenstanden.“*

Zahlreiche Antworten fokussieren sich auf die juristische Verfolgung von Angriffen und Hate Speech:

- *„Erfüllen die Angriffe einen Straftatbestand, muss der Verursacher kaum Konsequenzen fürchten - vielleicht ließe sich da ansetzen, bei einer konsequenteren Verfolgung und Ahndung solcher Vergehen.“*
- *„Bessere und schnellere Strafverfolgung derjenigen, die sich eindeutig durch Angriffe schuldig gemacht haben“*

Der Code *„Forderungen an die Politik“* (51 Nennungen) umfasst verschiedene Aspekte. Eine häufig genannte Forderung ist die nach einem öffentlich kommunizierten Rückhalt sowie Unterstützung von Politiker*innen, wie diese Beispiele verdeutlichen:

- *„Moralische und verbale Rückendeckung durch Politik“*
- *„Politiker die sich klar zur Pressefreiheit bekennen und Reporter bei negativer Berichterstattung nicht bashen“*

Daneben werden in den Antworten auch klarere gesetzliche Regelungen im Kontext von Hate Speech angeregt, die eine Strafverfolgung erleichtern sollten. Während einige der Antworten eher vage bleiben und sich für Gesetzesverschärfungen im Allgemeinen aussprechen, formulieren einige der Teilnehmer*innen konkrete Forderungen, wie etwa eine Klarnamenpflicht für Social-Media-Beiträge, um Angriffe und Hate Speech juristisch besser ahnden zu können:

- *„Gesetze, die abschrecken. Aufhebung der Anonymität auf Social Media“*
- *„Kommentare [sollten] nur unter ihrem Klarnamen erscheinen... wir als Autoren schreiben ja auch unter unserem Klarnamen, sind damit angreifbar und auszumachen“*

Zudem fordern einige, die Streichungen aus dem Melderegister zu erleichtern:

- *„Einfachere Melderegistersperren für journalistisch tätige Personen“*

Neunmal werden zudem explizit die Betreiber*innen von Social Media-Plattformen aufgefordert, verstärkt und konsequent gegen Angriffe und Hate Speech vorzugehen, stellvertretend dafür diese Passage:

- *„Vor allem eine konsequente Pflicht der Betreiber sozialer Plattformen, die dort veröffentlichten Texte auf strafbare Inhalte zu überprüfen und der Justiz zu melden.“*

FORDERUNGEN AN REDAKTIONEN UND JOURNALIST*INNEN

Auf der redaktionell-institutionalisierten Ebene (88 Nennungen) lassen sich zwei Unterkategorien in den Antworten der Befragten identifizieren. Zum einen handelt es sich dabei um den „Umgang mit Angriffen und Hate Speech in Redaktionen“ (64 Nennungen) und die „Rolle der Medienschaffenden selbst“ (24 Nennungen). Insbesondere der Umgang in den Redaktionen scheint für die Befragten eine zentrale Rolle zu spielen. Die Antworten im Kontext „Umgang mit Angriffen und Hate Speech in Redaktionen“ beziehen sich sowohl auf die Vorgesetzten als auch auf direkte Kolleg*innen. Viele der Antworten bleiben auf einer eher allgemeineren Ebene:

- *„Unterstützung durch die Redaktionsleitung“*
- *„Unter den Kollegen absolute Solidarität! Wer anfängt, nach dem Warum eines Angriffs zu fragen, hat diesen Solidaritätsboden verlassen.“*
- *„Solidarische Vorgesetzte“*

Andere Antworten enthalten konkretere Forderungen. Viele Betroffene sagen, dass Redaktionen die Thematik Hate Speech ernster nehmen und konsequenter dagegen vorgehen sollten:

- *„Ein stärkeres Bewusstsein in den Führungsetagen für versuchte Einflussnahme und Einschüchterung und daraus resultierend eine klare und offensive Strategie zu deren Abwehr. Der Angriff auf eine/n Journalist/in darf nicht zu dessen persönlichem Problem (gemacht) werden.“*

Weitere konkrete Forderungen umfassen z. B. ein redaktionseigenes Social-Media-Team:

- *„[E]igene Social-Media Betreuung mit konkreten Handlungsleitfäden“*

In einigen Antworten wird zudem die „Rolle von Medienschaffenden selbst“ in den Kontext von Angriffen und Hate Speech gesetzt (24 Nennungen). Die Mehrheit der Antworten ist dabei sehr (selbst-)kritisch und weist vor allem auf eine Trennung von persönlicher Meinung und gesicherten Informationen hin, wie dieses Beispiel verdeutlicht:

- *„Eine gewissenhafte Recherche damit man sich nichts vorwerfen lassen kann, Vorsicht in Formulierungen, sauberes Trennen von Information und Meinung.“*

Eine Minderheit der Befragten verweist darauf, dass Angriffe und Hate Speech zum Berufsfeld von Journalist*innen dazu gehören:

- *„Wer nicht über ausreichend Selbstbewusstsein ausgestattet ist, um mit freier Meinungsäußerung umgehen zu können, hat in diesem Beruf nichts verloren“*

Doch argumentieren andere Teilnehmer*innen exakt gegenteilig und fordern eine erhöhte Sensibilität für die Thematik unter Medienschaffenden:

- *„Kritik einer Haltung [im Sinne] „da muss man durch“, „dickes Fell haben“ usw. usw., welche die Probleme individualisiert und marginalisiert.“*

FORDERUNGEN AN DIE GESELLSCHAFT

Die dritte Argumentationsebene, auf der von den Befragten im Kontext von Unterstützungsvorschlägen für redaktionell angebundene Medienschaffende argumentiert wird, ist gesellschaftlich-normativ (70 Nennungen). Dabei sprechen die Teilnehmer*innen die Bereiche *„Gesellschaftliche Normen und Werte“* (36 Nennungen), die *„Rolle von Medienschaffenden/Journalismus in der Gesellschaft“* (18 Nennungen) und *„Öffentlichkeit/gesellschaftliche Gegenrede/Solidarität“* (16 Nennungen) an. Die Rolle von *„Gesellschaftlichen Normen und Werten“* nimmt für die Befragten in diesem Kontext den größten Stellenwert ein. In vielen Fällen betonen die Befragten die Notwendigkeit von Zivilcourage oder generellen demokratischen Werten betont:

- *„Menschenwürde, Menschenrechte, Rechtsstaat. Kein Opportunismus zu Gunsten von Rassismus und Rassisten.“*
- *„Eine offene und pluralistische Gesellschaft.“*

Ein weiterer Faktor auf gesellschaftlich-normativer Ebene ist die *„Rolle von Medienschaffenden/Journalismus in der Gesellschaft“* (18 Nennungen). In vielen Antworten wird dabei deutlich, dass Teilnehmer*innen offenbar eine teils ablehnende Einstellung zu Medienschaffenden und Journalismus auf gesellschaftlicher Ebene wahrnehmen:

- *„eine höhere Wertschätzung in Gesellschaft und Politik“*

Manche Befragte führen die wahrgenommene Geringschätzung von Medienschaffenden bzw. Journalismus auf fehlendes Verständnis von journalistischer Arbeit zurück:

- *„[D]em Publikum bewusst [...] machen, wie das System Medien prinzipiell funktioniert und dass Medienschaffende keine Wahrheiten zusammenbasteln, sondern diese wiedergeben“*

Zusätzlich gehen Befragte auf das Thema „*Öffentlichkeit/gesellschaftliche Gegenrede/Solidarisierung*“ ein (16 Nennungen). Einerseits weisen einige Antworten darauf hin, dass die Bedeutung des Themenfeldes von Angriffen und Hate Speech gegen Medienschaffende größere gesellschaftliche Aufmerksamkeit erhalten sollte, wie z. B. in dieser Passage:

- *„Die konsequente Aufdeckung und Veröffentlichung solcher Angriffe, damit in der Bevölkerung die Aufmerksamkeit dafür geweckt wird.“*

Andererseits betonen Teilnehmer*innen die Bedeutung von öffentlicher Solidarität im Zusammenhang mit Angriffen und Hate Speech gegen Medienschaffende, z. B. in Form von Demonstrationen:

- *„Vor allem Solidarität von dritter Seite, aktiv, zum Beispiel bei Demonstrationen“*

Auch das Konzept der positiven Gegenrede wird von den Teilnehmer*innen an dieser Stelle genannt:

- *„ein gesellschaftliches Klima der positiven Gegenrede“*

FORDERUNG NACH PSYCHOLOGISCHER UND JURISTISCHER BERATUNG

Die letzte Ebene, auf der die Teilnehmer*innen argumentieren, ist individuell-psychologisch (30 Nennungen). Schwerpunktmäßig verweisen die Antworten dabei auf „*Schulungen/Beratung zum Umgang*“ mit Angriffen und Hate Speech. Eine Unterscheidung wird vor allem zwischen individueller bzw. psychologischer und juristischer Beratung/Schulung getroffen. Diese Passagen stehen exemplarisch für viele andere:

- *„Psychologische Betreuung“*
- *„Übungsangebote, in denen Konfliktsituation beispielhaft durchgespielt werden, und auch aufgezeigt wird welche Anlaufstellen bei Konflikten zu kontaktieren sind.“*

In den meisten Fällen wird zudem nicht spezifiziert darauf eingegangen, auf welchen Ebenen z. B. redaktionell, in Verbänden oder aus eigenem Antrieb – die Betreuung organisiert werden solle. Falls es zu einer solchen Spezifizierung kommt, werden allerdings meist die Redaktionen angesprochen, wie z.B. hier:

- *„In den Redaktionen selbst bräuchte es mehr Wissen, mehr Schulungen und Austauschmöglichkeiten.“*

BESONDERE HERAUSFORDERUNGEN FÜR MEDIENSCHAFFENDE OHNE REDAKTIONELLE ANBINDUNG

Um im Fragebogen möglichen Problemlagen für freie Medienschaffende im Zusammenhang mit Angriffen und Hate Speech gerecht zu werden, wurden die Teilnehmer*innen explizit nach Unterstützungsvorschlägen für redaktionell nicht angebundene Medienschaffende befragt. In Bezug auf freie Medienschaffende argumentieren die Befragten deutlich häufiger auf individuelle-psychologischer Ebene als in Bezug auf redaktionell angebundene Kolleg*innen. Diese Ebene bildet mit 86 Nennungen die größte Kategorie. Auf redaktionell-institutionalisierter Ebene wird die Nicht-Anbindung an Redaktionen insbesondere daran deutlich, dass explizit *auftraggebende* Redaktionen angesprochen werden sowie auf die besondere Rolle von Verbänden und Gewerkschaften verwiesen wird.

FORDERUNG NACH PSYCHOLOGISCHER UND JURISTISCHER BERATUNG

Die meisten Codes sind der individuell-psychologischen Ebene zugeordnet (86 Nennungen), die die vier Unterkategorien *„Unterstützung durch Verbände, Gewerkschaften und Kolleg*innen“*, *„Zugang zu juristischem Beistand/Informationen“*, *„Schulungen/Beratung zum Umgang mit Hass“* und *„Schutzmaßnahmen“* umfasst. Mit 33 Nennungen ist *„Unterstützung durch Verbände, Gewerkschaften und Kolleg*innen“* in den Antworten der Teilnehmer*innen am häufigsten angesprochen. Meist bewegen sich die Antworten dabei eher auf einer generellen Ebene:

- *„Größere Unterstützung und Absicherung durch Verbände“*
- *„Unterstützung durch Berufsorganisation/ Gewerkschaft“*

Konkreter werden Antworten, die dem Code *„Zugang zu juristischem Beistand/Informationen“* zugeordnet werden (23 Nennungen). Viele Antworten beziehen sich ebenfalls auf Verbände und Gewerkschaften:

- *„Juristische Unterstützung durch Gewerkschaften“*
- *„Kostenlose (!) Rechtsberatung und Rechtsbeistand, z. B. von Seiten der Journalistenorganisationen“*

Ebenfalls an 23 Stellen werden *„Schulungen/Beratungen zum Umgang mit Hass“* angeregt, wobei auch dort z. T. wieder die Rolle von Verbänden betont wird:

- *„Es fehlt die psychologische und juristische Betreuung.“*
- *„Verdi und DJV sollten klare rechtliche und psychologische Unterstützung anbieten, auch für Nicht-Mitglieder.“*

Die Befragten regen in ihren Antworten zusätzlich an sieben Stellen „individuelle Schutzmaßnahmen“ an, wie z. B. das Verwenden von Pseudonymen oder das aktive Veröffentlichen von Angriffen und Hate Speech.

FORDERUNGEN AN REDAKTIONEN UND JOURNALIST*INNEN

An 57 Stellen verweisen die Teilnehmer*innen auf den Umgang mit Angriffen und Hate Speech auf redaktionell-institutionalisierter Ebene. Hier sind zwei Unterkategorien zentral: „Unterstützung durch/Umgang mit Angriffen in auftraggebender Redaktion“ (46 Nennungen) und „Rolle von Medienschaffenden selbst“ (11 Nennungen). Vor allem werden in den Antworten der Befragten die auftraggebenden Redaktionen angesprochen. In vielen Fällen wird dabei auf die Verantwortung der Redaktionen verwiesen, auch ihre freien Mitarbeiter*innen bei Angriffen und Hate Speech zu unterstützen:

- *„Die Gewissheit, dass die auftraggebende Redaktion im Zweifelsfall voll hinter ihnen steht (ggf. auch die Rechtsabteilung des Verlags) würde sicher helfen.“*
- *„Ich merke, wie wichtig es ist, dass meine [auftraggebende] Redaktion mich immer wieder einbindet, ermunternd, zum Austausch einlädt und Hilfsangebote macht“*

Ähnlich wie auch in den Antworten zu Unterstützungsvorschlägen für redaktionell Angebundene verweisen einige Befragte auf die „Rolle von Medienschaffenden selbst“ (11) und sprechen insbesondere eine gewissen Resilienz gegenüber Angriffen und Hate Speech an, z. B.:

- *„Man muss zäh sein, Power und Selbstbewusstsein haben und einiges wegstecken können.“*

FORDERUNGEN AN POLIZEI, POLITIK UND SOCIAL-MEDIA-PLATTFORMEN

An insgesamt 22 Stellen sprechen die Teilnehmer*innen die politisch-juristische Ebene in ihren Antworten an. Generell ähneln die Unterstützungsvorschläge inhaltlich den Antworten für redaktionell Angebundene. Befragte sprechen sich vor allem für eine stärkere Verfolgung durch und Sensibilisierung von Polizei und Sicherheitsbehörden (11 Nennungen) sowie eine klarere gesetzliche Grundlage und Signale aus der Politik (11 Nennungen) aus:

- *„Es ist zwingend, dass gefährdete Kolleginnen und Kollegen umfassenden Schutz durch die Polizei erhalten. Dies darf nicht daran geknüpft sein, ob die Journalisten mit bedeutenden Auftraggebern assoziiert sind oder nicht.“*
- *„Eine Sensibilisierung der Sicherheitsbehörden würde ich für diese Kollegen als sinnvoll und wünschenswert erachten.“*

FORDERUNGEN AN DIE GESELLSCHAFT

An zehn Stellen wird die gesellschaftlich-normative Ebene in den Fokus der Antworten gerückt. Auch hier werden erneut Aspekte angesprochen, die bereits in den Antworten zu Unterstützungsvorschlägen für redaktionell angebundene Medienschaffende formuliert wurden:

- „Es kommt darauf an, ob/wie/inwiefern andere Teile der Gesellschaft diese Arbeit verteidigen.“
- „Solidarität durch die Öffentlichkeit“

5. ZUR EINORDNUNG DER ERGEBNISSE

Die Ergebnisse der vorliegenden Studie zu Angriffen und Hate Speech gegen Medienschaffende verdeutlichen erneut eine besondere Belastung für diese Berufsgruppe. Diejenigen, die über Fragen der Migration, Integration und den Hass in der Gesellschaft berichten, werden zum Feindbild auch derer, die diesen Hass schüren und diese Themen selbst zu besetzen versuchen. Dabei handelt es sich laut den Ergebnissen der Studie insbesondere um rechtspopulistische und extrem rechte Personen und Gruppierungen.

So spiegeln sich deutschlandweite Tendenzen und Entwicklungen auf gesellschaftlicher Ebene auch in den Wahrnehmungen und Erfahrungen von Journalist*innen wider. Zu den schwerwiegenden Folgen derartiger Entwicklungen können extreme Beispiele wie die rechtsextremen Hasstaten in Hanau und Halle und der Mord an Walter Lübcke gezählt werden. Empirische Untersuchungen zu menschenfeindlichen Einstellungen in der Mitte der Gesellschaft finden seit einigen Jahren eine zunehmende Normalisierung von feindseligen und rechtspopulistischen Einstellungen (vgl. Zick et al. 2014, 2016, 2019)² und ein anwachsend hasserfülltes gesellschaftliches Klima, das sich explizit gegen spezifische gesellschaftliche Gruppen wie z. B. Geflüchtete richtet (z. B. Rees et al. 2019)³. Nach den Ergebnissen der vorliegenden Studie gehören auch Journalist*innen zu den Zielgruppen dieses Hasses.

2 Zick, Andreas und Klein, Anna (Hrsg.) (2014): Fragile Mitte, feindselige Zustände. Rechtsextreme Einstellungen in Deutschland 2014, Bonn: JHW Dietz; Zick, Andreas, Küpper, Beate und Krause, Daniela (Hrsg.) (2016): Gespaltene Mitte, feindselige Zustände. Rechtsextreme Einstellungen in Deutschland 2016, Bonn: JHW Dietz; Zick, Andreas, Küpper, Beate und Bergahn, Wilhelm (Hrsg.) (2019): Verlorene Mitte, feindselige Zustände. Rechtsextreme Einstellungen in Deutschland 2018/2019, Bonn: JHW Dietz.

3 Rees, Jonas H., Rees, Yann P.M., Hellmann, Jens H. und Zick Andreas (2019): Climate of Hate. Similar Correlates of Far Right Electoral Support and Right-Wing Hate Crimes in Germany, in: *Frontiers in Psychology* 10:2328, doi: 10.3389/fpsyg.2019.02328.

Konkret lassen sich empirisch die steigende Relevanz und der nachweisbare Zusammenhang von (online-)Hate Speech (vgl. Geschke et al. 2019)⁴ und den direkten Folgen in Form von Hasstaten in der „analogen“ Welt aufzeigen (Müller & Schwarz 2017)⁵. Neben konstant hohen Fallzahlen rechts-extremer Straftaten mit klar rassistischen Motiven⁶ ist auch ein Anstieg von Hass und Gewalt gegen Journalist*innen⁷ und politische Mandatsträger*innen⁸ zu verzeichnen. Die in der vorliegenden Studie aufgezeigten Anfeindungen gegen Medienschaffende sind demnach nicht als Einzelfall zu betrachten, sondern repräsentieren eine zunehmende Normalisierung von rechten Einstellungen und Handlungen in Deutschland.

Die Etablierung rechtspopulistischer Einstellungen greift in alle Bereiche der Gesellschaft ein. Auch in unseren Daten finden wir in den offenen Kommentaren der Teilnehmer*innen – wenn auch von einer Minderheit artikuliert – teils Formulierungen, die im Duktus an rechtspopulistische Argumentationsmuster erinnern. Dazu zählt etwa Kritik am „scheiß Gender-Sternchen“ oder „politisch-korrekte Scheuklappen“. Andere sprechen von „Haltungs- und Aktivisten-Journalismus“, „Auslassungen“ oder „gefärbter“ Berichterstattung, die Hass des Publikums nach sich zögen. Diese und andere Antworten führen eindeutige Relativierungen von Hate Speech und Angriffen auf Medienschaffende an. Damit schließen diese Teilnehmer*innen an eines der Ergebnisse der Studie aus 2017 an, nach dem 15 Prozent der damals Befragten meinten, um Hate Speech werde zu viel Aufregung gemacht.

4 Geschke, Daniel, Kläßen, Anja, Quent, Matthias und Richter, Christoph (2019): Hass im Netz. Der schleichende Angriff auf unsere Demokratie. Eine bundesweite repräsentative Untersuchung, unter: https://www.idz-jena.de/fileadmin/user_upload/_Hass_im_Netz_-_Der_schleichende_Angriff.pdf

5 Müller, Karsten and Schwarz, Carlo (2019): Fanning the Flames of Hate: Social Media and Hate Crime, unter: <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.3082972>

6 <https://www.bmi.bund.de/SharedDocs/pressemitteilungen/DE/2019/05/pmk-2018.html>

7 <https://www.pro-medienmagazin.de/medien/journalismus/2020/02/21/gewalt-gegen-journalisten-gestiegen/> und <https://www.migazin.de/2020/03/12/studie-in-jahren120-angriffe-journalisten/>

8 <https://kommunal.de/kommunalpolitiker-umfrage-2020>

FORSCHUNGSTEAM

Institut für interdisziplinäre Konflikt- und Gewaltforschung (IKG)

Universitätsstraße 25

33615 Bielefeld

Michael Papendick

Wissenschaftlicher Mitarbeiter

Tel.: 0521-106-3106

Mail: michael.papendick@uni-bielefeld.de

Yann Rees

Wissenschaftlicher Mitarbeiter

Tel.: 0521-106-3106

Mail: y.rees@uni-bielefeld.de

Franziska Wäschle

Wissenschaftliche Hilfskraft

Mail: franziska.waeschle@uni-bielefeld.de

Prof. Dr. Andreas Zick

Institutsleitung

Tel.: 0521-106-3124

Mail: sekretariat.ikg@uni-bielefeld.de

TABELLEN- UND ABBILDUNGSVERZEICHNIS

Tabellen

Tab. 1: Demographische Angaben der befragten Stichprobe

Tab. 2: Beruflicher Hintergrund der befragten Stichprobe

Tab. 3: Eigene Erfahrungen mit Angriffen in den vergangenen 12 Monaten

Tab. 4: Häufigkeiten erlebter körperlicher Angriffe und erhaltener Morddrohungen

Tab. 5: Ideologische Verortung der Angriffe

Tab. 6: Politische Verortung der Angriffe

Tab. 7: Häufigkeiten erfolgter Schritte der strafrechtlichen Verfolgung von Angriffen

Tab. 8: Argumentationsebenen und Unterkategorien der offen formulierten Unterstützungsvorschläge für einen besseren Umgang mit Hate Speech und Angriffen

Abbildungen

Abb. 1: Anteile der Medienformate, für die Befragte tätig sind

Abb. 2: Inhaltliche Arbeitsschwerpunkte der Befragten

Abb. 3: Wahrnehmung der Entwicklung von Angriffen auf Medienschaffende

Abb. 4: Häufigkeiten verschiedener Angriffswege

Abb. 5: Verortung von Angriffen zu konkreten politischen Akteuren

Abb. 6: Nennungen der in besonderem Ausmaß von Hate Speech betroffenen Themen

Abb. 7: Häufigkeiten verschiedener Straftatbestände, die Betroffene erfüllt sahen

Abb. 8: Einschätzung der Auswirkungen von Hate Speech auf das redaktionelle Klima

Abb. 9: Häufigkeiten der Vermeidung von Berichterstattung und Selbstzensur

Abb. 10: Wahrnehmung von Kritik durch das Publikum und Einschränkungen der Pressefreiheit

Abb. 11: Vorhandene Unterstützungsangebote in Redaktionen und ihre Nützlichkeit

Abb. 12: Einschätzung der Wirksamkeit des Netzwerkdurchsetzungsgesetzes (NetzDG)

KONTAKT

IKG Bielefeld (michael.papendick@uni-bielefeld.de, y.rees@uni-bielefeld.de)
Mediendienst Integration (mail@mediendienst-integration.de)

GEFÖRDERT von der Freudenberg Stiftung

FREUDENBERG
STIFTUNG



IMPRESSUM

MEDIENDIENST INTEGRATION
Schiffbauerdamm 40 | 10117 Berlin
www.mediendienst-integration.de

© Mediendienst Integration, Mai 2020