



# CHECKLISTE COMMUNITY MANAGEMENT GEGEN HASS IM NETZ

Mit einem gut aufgestellten Community Management hat Hass im Netz keine Chance.  
Wie gut ist das Social Media -Team Ihrer Organisation auf Hass-Kommentare vorbereitet?

## RICHTLINIEN UND REGELN

- Es gibt ein Social Media Konzept mit definierten Zielgruppen und Zielen.
- Es gibt klare Verantwortlichkeiten für die einzelnen Kanäle und Chatgruppen.
- Es gibt klar definierte Community-Richtlinien gegen Hassrede und unangemessenes Verhalten.
- Die Richtlinien sind für alle Mitglieder der Community leicht zugänglich und verständlich formuliert.
- Neue Mitglieder werden bei ihrem Beitritt auf die Richtlinien hingewiesen.
- Die Richtlinien werden konsequent durchgesetzt.

## MODERATIONSPROZESSE

- Es gibt einen festgelegten Prozess für die Moderation des CMs.
- Es gibt ein festgelegtes Verfahren zum Umgang mit Hassrede.
- Es gibt einen Prozess für das Melden von strafrechtlich relevanten Kommentaren.
- Es gibt ein einheitliches Verständnis, welche Äußerungen geduldet, beantwortet, ausgeblendet und gelöscht werden?
- Es gibt ein klares Vorgehen für schwere oder wiederholte Verstöße.
- Das CM ist ausreichend geschult im Umgang mit Hassrede und wird regelmäßig fortgebildet.

## CARE COMMUNITY MANAGEMENT

- Alle Teammitglieder sind über die möglichen mentalen Auswirkungen von Hass sensibilisiert.
- Führungsebene, Kollegium und Social Media Team sind im regelmäßigen Austausch.
- Das CM hat regelmäßig Pausen.
- Es gibt Unterstützung für das CM (Supervision).
- Das Team wird ermutigt, Vorfälle zu melden und bei Überforderung Unterstützung anzufordern.
- Es gibt regelmäßig Schulungen in Bereichen der mentalen Gesundheit.

## HANDELN IM KRISENFALL

- Das CM weiß, wie und wen sie in Krisensituationen zur Hilfe anfordern können.
- Es gibt einen Plan zum Umgang mit Social Media Krisen außerhalb der Kernarbeitszeiten.
- Social Media Team und Führungsebene haben sich in „Social Media-Alarm-Übungen“ auf verschiedene externe und interne Krisenszenarien vorbereitet.



# CHECKLISTE COMMUNITY MANAGEMENT GEGEN HASS IM NETZ

Mit einem gut aufgestellten Community Management hat Hass im Netz keine Chance.  
Wie gut ist das Social Media -Team Ihrer Organisation auf Hass-Kommentare vorbereitet?

## COMMUNITY-CARE

- Die Community kennt die Richtlinien und hält sich an diese.
- Die Community weiß, an wen und wie sie sich bei Angriffen/Konflikten wenden kann und wird nicht alleine gelassen.
- Die Community handelt bei übergriffigen Kommentaren.
- Es gibt geschulte Community-Mitglieder, die bei Problemen deeskalierend eingreifen.
- Diese Mitglieder können vom CM alarmiert werden und/oder sich gegenseitig zur Hilfe rufen

## COMMUNITY AWARENESS

- Das CM agiert als Vorbild und positioniert sich sichtbar gegen jegliche Formen von gruppenbezogener Menschenfeindlichkeit.
- Es werden Perspektiven und Stimmen von Betroffenen einbezogen.
- Es wird eine sichtbare Awarenessstruktur angeboten, worüber Betroffene Übergriffe und Verletzungen melden und Unterstützung einfordern können.
- Die Moderation gibt Beiträgen von Betroffenen einen sicheren Rahmen und sorgt dafür, dass sie gehört werden.

## DISKUSSIONSKULTUR

- Das CM bietet Möglichkeiten mit den Autor\*innen oder anderen öffentlichen Gesichtern ins Gespräch zu kommen.
- Die Beiträge und Kommentare des CMs regen zum konstruktiven und angenehmen Austausch an.
- Die Moderation belohnt und fördert konstruktive Beiträge von Mitgliedern.
- Die Moderation kann Diskussionen auch in die Tiefe und zu echten Ergebnissen führen.
- Das CM kann emotionale Diskussionen so führen, dass sich die Beteiligten wahrgenommen fühlen und Verletzungen nicht weiter eskalieren.

## EVALUATION

- Maßnahmen gegen Hassrede und deren Ergebnisse werden transparent und regelmäßig evaluiert und kommuniziert.
- Es gibt Mechanismen zur Sammlung und Auswertung von Feedback der Community.
- Rückmeldungen werden analysiert und führen zu Verbesserungen im Management.
- Es gibt einen regelmäßigen Gesprächsrahmen, um einzelne Vorfälle im Nachhinein zu reflektieren und auszuwerten.