



READY TO GO-KIT | MODUL 2

COMMUNITY-MANAGEMENT

11.09.2025 | 17:00 - 20:00 Uhr
Referent*in: Martin Kühnemund

**AMADEU
ANTONIO
STIFTUNG**

Projekt HateShield

Für die digitale Zivilgesellschaft

Hass im Netz ist in den vergangenen Jahren zu einer gravierenden **Herausforderung** für unsere Gesellschaft geworden. Er begegnet uns täglich in unserem **Medienkonsum**, ist ein fester Bestandteil unserer **digitalen Umwelt** – und entfaltet durch seine **isolierende** und **zersetzende Wirkung** oft verheerende Folgen für die Lebenswelt sowie die psychische und physische Gesundheit der **Betroffenen**.

Das Projekt **HateShield** setzt sich mit den Herausforderungen der **Digitalisierung** in einer diversen Gesellschaft auseinander, die derzeit besonders durch **antidemokratische** und **menschenfeindliche Haltungen** unter Druck steht – insbesondere im Umgang mit **Hate Speech**. Im Fokus stehen dabei in **Niedersachsen** besonders stark von digitaler Gewalt betroffene Gruppen: **BIPoC**, junge **Mädchen*** und **LGBTIQ***.

Im Rahmen des **Landesaktionsplans** „*Wir in Niedersachsen. Für Vielfalt. Gegen Rassismus*“ legt **HateShield** einen besonderen Schwerpunkt auf das Thema **Rassismus**. Durch Workshops, Fortbildungen und Bildungsmaterialien – unter Einbeziehung der **Perspektiven der Zielgruppen** – werden die Teilnehmenden gestärkt und begleitet. Ziel ist es, ihre **Kommunikations-** und **Handlungskompetenz** zu fördern, ihre **Mitspracherechte** zu sichern und so **Silencing** wirksam entgegenzutreten.



Landesprogramm
für Demokratie
und Menschenrechte



Community

Definition & Merkmale

„Eine **Gruppe**, in der **alle** sich gegenseitig **respektieren** und alle **gleich viel dazugehören**.“

Merkmale:

- Abgrenzung nach außen
- gegenseitige Unterstützung
- Interaktion und Kommunikation
- gemeinsame Regeln und Normen
- gemeinsames Interesse
- soziale Bindung und Wir-Gefühl
- gemeinsame Sprache
- informelle oder formelle Strukturen

Beispiele:

- Online-Communities (z. B. Foren, Social Media, Gaming)
- Identitäts- oder Zugehörigkeits-Communities (z. B. PoC, LGBTIQ*)
- Lokale Communities (z. B. Nachbarschaften, Vereine, Interessengruppen)
- Fach- oder Arbeits-Communities (z. B. Berufsnetzwerke, AGs)
- Themen-Communities (z. B. Nachhaltigkeit, Fitness, Kunst)

Community Management

Definition & Merkmale

„Eine **Gemeinschaft** mit **gemeinsamen Interessen** aufbauen und pflegen, um **Beziehungen** und eine **aktive Beteiligung** zu fördern.“

Merkmale:

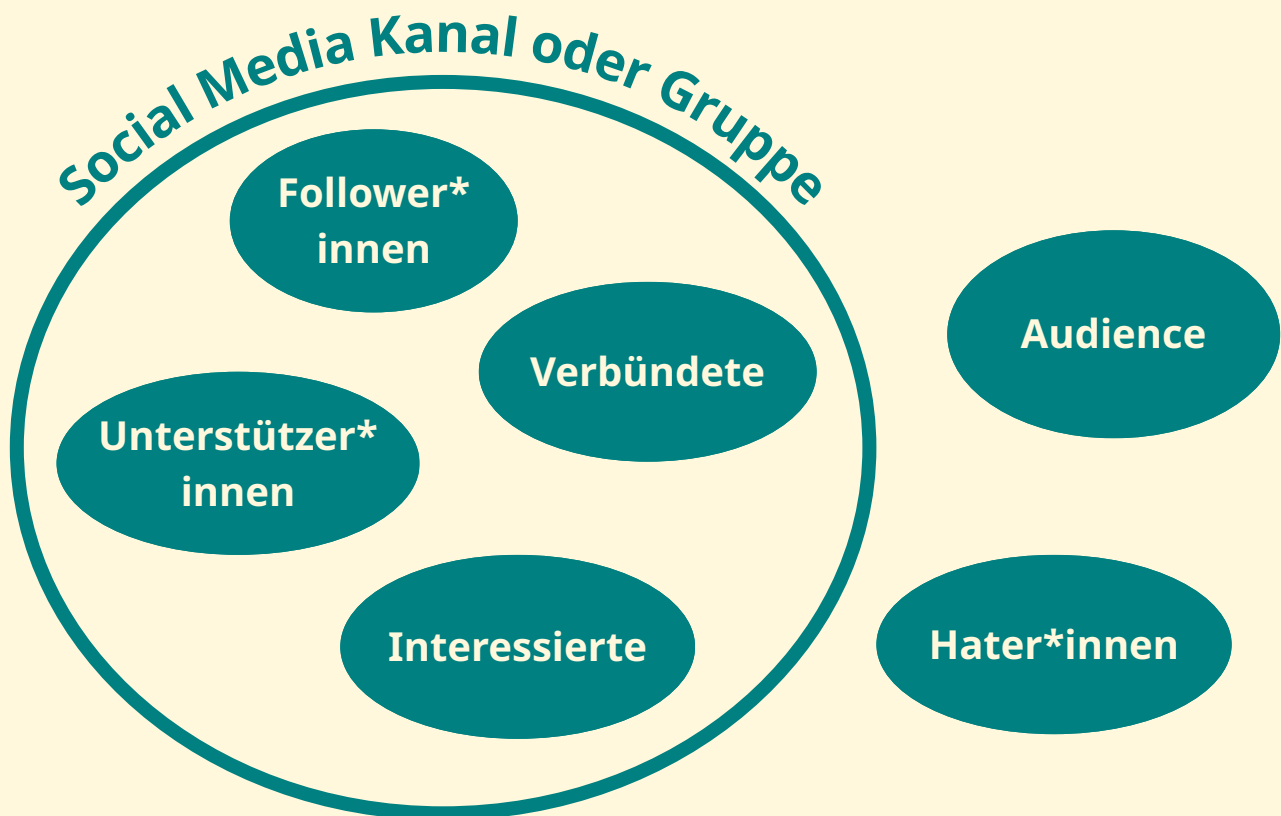
- on- und offline
- demokratische Grundsätze
- Awareness ggü. Hate Speech
- diskriminierungssensibel
- Fokus auf Mission und Werte
- Austauschräume schaffen
- Themen der Community verstehen
- gemeinsam Räume halten

Ein **zentraler Aspekt** des Community Managements ist die **Moderation der Kommentarspalten**. Sie stellt sicher, dass Diskussionen **respektvoll** bleiben und Konflikte **konstruktiv** gelöst werden. Durch **achtsame Moderation** fühlen sich Mitglieder **sicher** und **wertgeschätzt**, was das **Vertrauen** innerhalb der Community **stärkt**. Außerdem unterstützt sie die **Umsetzung der Mission und Werte**, indem sie **inklusives Verhalten** fördert und **Hate Speech** oder **diskriminierende** Inhalte wirksam **begegnet**. Moderation bedeutet dabei nicht nur Kontrolle, sondern auch **Förderung** von **Austausch**, **Partizipation** und **gemeinschaftlichem Miteinander**.

Community Management

Definition & Merkmale

Deine **Audience** ist **nicht** deine **Community**!



Unter einer **Online-Community** verstehen wir **Personen**, die dir oder der Organisation, für die du arbeitest, **wohlwollend** gegenüberstehen. Sie **beleidigen** dich nicht, **greifen** dich nicht an und üben keine **digitalisierte Gewalt** aus.

Nicht jede Person, die auf einem **Kanal aktiv** ist, gehört **automatisch** zur **Online-Community**. Es gibt auch ein **Publikum**, das noch nicht aktiv mit dir oder deiner Organisation **verbunden** ist – oder das möglicherweise **kritisch** oder **ablehnend** eingestellt ist.

Community Management

Definition & Merkmale

Verbale **Angriffe** und **Abwertung** von Einzelnen oder Menschengruppen aufgrund ihrer **tatsächlichen** oder **zugeschriebenen Gruppenzugehörigkeit**.

Merkmale, auf die sich die **Abwertung** bezieht:

- Community Zugehörigkeit
- Nationale Herkunft
- Einwanderungsstatus
- Sozialer Status
- Religiöse Zugehörigkeit
- Sexuelle Orientierung
- Geschlecht / Geschlechtsidentität
- Behinderung / Krankheit

Beispiele:

- Gewalttätige oder entmenslichende Sprache
- Abwertung
- Minderwertigkeitsaussagen
- Aufrufe, Personen auszuschließen oder zu isolieren
- Aufrufe zu Gewalt oder Selbstjustiz

Community Management

Medien - die vierte Gewalt

In Deutschland ist die **Gewaltenteilung** ein zentrales **Prinzip** der **Demokratie**. Sie teilt die Staatsmacht in **Legislative** (Gesetzgebung), **Exekutive** (Regierung und Verwaltung) und **Judikative** (Gerichte) auf, um **Machtmissbrauch** zu verhindern. Hinzu kommt oft die **Medienlandschaft** als „vierte Gewalt“: Sie **informiert** die Öffentlichkeit, **deckt Missstände** auf und **kontrolliert** die anderen Gewalten, indem sie **Transparenz** und **öffentliche Debatten** ermöglicht. So tragen die **Medien** entscheidend dazu bei, dass **politische Entscheidungen nachvollziehbar** bleiben und Macht **kontrolliert** wird.



Legislative

Zur Legislative gehört das Parlament, das für die Erstellung und Verabschiedung von Gesetzen verantwortlich ist. Dazu zählen der Nationalrat, der Bundesrat und die Landtage. Die Legislative legt somit die rechtlichen Rahmenbedingungen fest, nach denen Staat und Gesellschaft handeln.



Exekutive

Die Exekutive ist für die Umsetzung und Durchsetzung der Gesetze verantwortlich. Dazu zählen der Bundespräsident, die Bundesregierung, die Ministerien, die Landesregierungen und die Polizei. Sie sorgt dafür, dass politische Entscheidungen in der Praxis umgesetzt werden und staatliche Aufgaben zuverlässig erfüllt werden.

Community Management

Medien - die vierte Gewalt



Judikative

Schließlich die Judikative, die für die Auslegung und Durchsetzung der Gesetze zuständig ist. Dazu gehören das Bundesverfassungsgericht, die Verwaltungsgerichte sowie weitere Gerichtshöfe. Die Judikative stellt sicher, dass Recht und Gesetz eingehalten werden und schützt die Rechte der Bürger*innen.



Medien

Journalist*innen und Massenmedien spielen eine zentrale Rolle in der Demokratie. Sie wirken an der politischen Meinungsbildung mit, kontrollieren die demokratisch gewählten Machthabenden und stellen Öffentlichkeit her. Dabei sollten sie möglichst unabhängig von politischen Interessen agieren, um Diversität und Vielfalt in der Berichterstattung zu sichern. Gleichzeitig schaffen sie eine Verbindung zwischen Bürger*innen und gewählten Vertreter*innen und tragen so zu Transparenz und informierter Teilhabe bei.

Community Management

Machtverschiebung in der politischen Kommunikation

One-to-Many-Kommunikation – klassische Medienlandschaft

Um die Verantwortung von Community Manager*innen und Gruppenadministrator*innen zu verstehen, lohnt ein Blick auf den Wandel der Medienlandschaft. Eine zentrale Frage dabei lautet:

Wo informieren wir uns über Politik?

Traditionell hatten Journalist*innen eine Art **Monopol** auf die **Verbreitung** politischer Informationen. Sie fungierten als sogenannte **“Gatekeeper*innen”**, die **entscheiden**, welche Themen **wichtig** sind, welche Stimmen **gehört** werden und wie Nachrichten **präsentiert** werden.

Merkmale der klassischen One-to-Many-Kommunikation:

- Unterliegen professionellen Regeln: Faktenprüfung, Quellenangaben und journalistische Standards sichern die Qualität der Informationen.
- Trennung von Information und Meinung: Objektive Berichterstattung trennt sachliche Inhalte von Kommentaren.
- Institutionelle Verantwortung: Medienhäuser tragen rechtliche Verantwortung und werden kontrolliert.
- Ausbildung und professionelle Standards: Journalist*innen werden geschult und arbeiten nach ethischen Richtlinien.
- Kontrollfunktion: Die klassische Presse sorgt für informierte Öffentlichkeit und politische Transparenz.

One-to-Many-Kommunikation ist stark hierarchisch: Informationen werden von wenigen professionellen Akteur*innen an ein großes Publikum verbreitet.

Community Management

Machtverschiebung in der politischen Kommunikation

Many-to-Many-Kommunikation – soziale Medien und Influencer*innen

Heute hat sich die **Medienlandschaft** dramatisch verändert. **Soziale Medien** ermöglichen **direkten Zugang** zur Öffentlichkeit, ohne dass **journalistische Filter** durchlaufen werden müssen. Jede*r mit einem Smartphone kann theoretisch **Millionen** von **Menschen** erreichen.

Bekannte Beispiele sind **Rezo** mit dem Video “Die Zerstörung der CDU” und **MaiThinkX** mit dem Video “Corona geht gerade erst los”, das über 6,7 Millionen Menschen erreichte. Beide Influencer*innen zeigen, wie **digitale Plattformen politische Meinungen** beeinflussen können.

Merkmale der Many-to-Many-Kommunikation:

- Interaktivität: Publikum kann Inhalte kommentieren, teilen und selbst Beiträge erstellen.
- Vermischung von Meinung und Information: Persönliche Perspektiven fließen direkt in die Kommunikation ein.
- Keine verpflichtenden journalistischen Standards: Qualität und Faktenprüfung variieren stark.
- Selbstdarstellung und politische Agenda: Inhalte dienen teilweise der Eigenvermarktung oder fördern bestimmte politische Positionen.
- Wegfall der traditionellen Gatekeeper-Funktion: Jede*r kann Reichweite erzeugen, unabhängig von Ausbildung oder institutioneller Verantwortung.

Many-to-Many-Kommunikation ist dynamisch und interaktiv, birgt aber Risiken in Bezug auf Qualität, Objektivität und Manipulation. Für Community Manager*innen bedeutet das, dass sie stärker verantwortlich für Moderation, Aufklärung und Kontextgebung sind.

Community Management

Rollen im Community Management

Community Manager*innen übernehmen viele **Rollen** gleichzeitig, um einen respektvollen, konstruktiven und lebendigen Austausch zu ermöglichen. Ihre Aufgabe geht weit über **reine Moderation** hinaus – sie begleiten **Themen**, gestalten **Diskurse** und prägen die **Kultur** einer Community.



Struktur geben

- begleitet Thema und Ziele der Diskussion
- ordnet ein und motiviert zum Diskurs
- bietet Bezugsrahmen und Orientierung
- lädt zur Beteiligung ein



Offenes Ohr

- zeigt Präsenz und Aufmerksamkeit gegenüber Kommentaren und Ihren Verfassenden
- ist sichtbar und ansprechbar
- interagiert auf Augenhöhe
- nimmt Kritik und Anregungen ernst



Vorbild

- geht auf Bedürfnisse ein
- spendet Anerkennung
- greift positive Beispiele auf
- beteiligt sich selbst respektvoll, konstruktiv und empathisch

Community Management

Moderationsstrategien für sichere Räume

Damit sich Mitglieder in einer Community **wohlfühlen** und **aktiv beteiligen**, braucht es **sichere Räume**. Community Manager*innen **gestalten** diese bewusst durch klare **Kommunikation**, empathisches **Handeln** und eine wertschätzende **Haltung**.

Gemeinsamkeiten betonen

Stelle immer wieder heraus, was die Community verbindet – gemeinsame Ziele, Interessen oder Werte. Das schafft Zugehörigkeit und lenkt den Fokus auf das Verbindende, statt auf Unterschiede.

Gefühle benennen

Sprich Spannungen, Unsicherheiten oder positive Stimmungen offen an. So fühlen sich Mitglieder gesehen, ernst genommen und verstanden. Das baut Vertrauen auf und entschärft Konflikte frühzeitig.

Eindeutige Sprache verwenden

Nutze klare, nachvollziehbare Formulierungen – besonders bei Regeln, Erwartungen oder Feedback. Eindeutige Sprache gibt Orientierung, schafft Transparenz und verhindert Missverständnisse.

Community Management

Learning Communities

Learning Communities sind Räume, in denen Menschen gemeinsam **lernen**, Erfahrungen **austauschen** und Wissen **weiterentwickeln**. Im Unterschied zu klassischen Lernformaten stehen nicht nur **Inhalte** im Vordergrund, sondern auch **Kooperation**, **Partizipation** und gemeinsames **Gestalten**. Lernen wird so zu einem **sozialen Prozess**, in dem alle Beteiligten gleichermaßen beitragen und voneinander profitieren.

Unsere Rolle in der **Bildungsarbeit** geht dabei weit über das reine **Vermitteln** von **Wissen** hinaus: Wir sind **Architekt*innen** unserer **Online-Community-Kultur**. Das bedeutet, wir gestalten **Strukturen**, **Regeln** und **Rahmenbedingungen**, die Lernprozesse fördern und gleichzeitig **Sicherheit**, **Respekt** und **Offenheit** garantieren.

Als Architekt*innen sorgen wir dafür, dass:

- Lernräume inklusiv und einladend sind, sodass sich alle Mitglieder beteiligen können.
- Orientierung und Struktur vorhanden sind, ohne Kreativität und Eigeninitiative einzuschränken.
- Diskurse respektvoll und konstruktiv geführt werden, auch bei Meinungsverschiedenheiten.
- Gemeinsamkeiten betont und unterschiedliche Perspektiven als Bereicherung verstanden werden.

So entsteht eine Community-Kultur, die nicht nur Wissen vermittelt, sondern auch **Selbstwirksamkeit**, **Zusammenarbeit** und **kritisches Denken** stärkt. Wir verstehen uns daher weniger als reine Moderator*innen, sondern als **Rahmengebende**, die Räume öffnen, halten und weiterentwickeln – im Dienste einer **lebendigen, lernenden Gemeinschaft**.

Netiquette

Definition & Merkmale

„Eine **Netiquette** beschreibt die **Umgangsformen** für eine **respektvolle Kommunikation** im Internet.“

Merkmale:

- Glaubwürdigkeit innerhalb der Community
- Moderation nach Kriterien
- hilft Entscheidungen zu treffen
- schafft Kommunikationskultur
- Kunstwort aus dem engl./ franz.
- schafft Struktur und Sicherheit

Der Begriff **Netiquette** setzt sich aus dem englischen Wort **net** (Netz) und dem französischen Wort **étiquette** (Etikette, Anstands- oder Verhaltensregeln) zusammen. Sie beschreibt die **Grundregeln** für respektvolle und angemessene **Kommunikation** im **Internet** und bildet das **Hausrecht** auf deinen **Social-Media-Kanälen** ab.

Eine klar formulierte **Netiquette** erleichtert die **Moderation** von **Kommentaren** und schafft **Transparenz**: Entscheidungen werden **nachvollziehbar** und nach festgelegten **Kriterien** getroffen. Dadurch steigt die **Professionalität** und **Glaubwürdigkeit** gegenüber der **Online-Community**.

Insgesamt trägt die **Netiquette** dazu bei, dass **Diskussionen** konstruktiv bleiben und eine vertrauensvolle, respektvolle **Kommunikationskultur** entsteht.



**GEFÖRDERT VOM LANDESPROGRAMM FÜR DEMOKRATIE
UND MENSCHENRECHTE IM RAHMEN DES
LANDESAKTIONSPLANS "WIR IN NIEDERSACHSEN. FÜR
VIELFALT. GEGEN RASSISMUS."**

Veröffentlichungen stellen keine Meinungsäußerung des **Landesprogramms
für Demokratie und Menschenrechte** dar.