

FAIRPLAY GUIDE '26

Die Zukunft der digitalen Fankultur gestalten:

Gemeinsam für Wertschätzung
und Respekt im Netz

Wie Vereine, Medien und Verbände
mithilfe von Technologie dem Hass auf
dem digitalen Spielfeld begegnen



Inhalt



Gruß	03
<hr/>	
1. Analyse: Ronny Blaschke	04
<hr/>	
2. Perspektive: Mara Pfeiffer	08
<hr/>	
3. Praxis: Marc Siekmann	12
<hr/>	
4. Verantwortung: Jan-Niklas Häuslein Alicia Haardörfer	16
<hr/>	
5. Technologie	20
<hr/>	
6. Vision: Karl Evers	24
<hr/>	

Gruß

Liebe Leserinnen und Leser,



Der Fußball ist eines der letzten großen Lagerfeuer unserer Gesellschaft. Wenn der Anpfiff ertönt, kommen Millionen Menschen zusammen, schauen zu, fiebern mit und diskutieren Spielzüge in Echtzeit. Doch während das Geschehen auf dem grünen Rasen die Kraft besitzt zu verbinden, erleben wir am Spielfeldrand – vor allem im Netz – eine zunehmende Spaltung. Dieses Lagerfeuer hat eine Schattenseite, die wir nicht länger ignorieren dürfen.

Dort, wo früher der sportliche Austausch im Vordergrund stand, dominieren heute Dynamiken von Enthemmung, Polarisierung und gezielter Eskalation. Großereignisse wie die Weltmeisterschaft 2026 wirken dabei oft wie ein Brandbeschleuniger, der Emotionen innerhalb von Sekunden zum Kippen bringt. Aus berechtigter Kritik wird ein systematisches Foulspiel, aus einer hitzigen Diskussion wird Hass.

Das ist kein Ausrutscher in der Nachspielzeit, sondern ein strukturelles Problem, das wir viel zu lange toleriert haben. Digitale Gewalt wurde oft als notwendiger Preis für Reichweite akzeptiert, während die Verantwortung wie der Ball so lange weitergereicht wurde, bis sich am Ende niemand mehr zuständig fühlte. Doch wer digitale Räume gestaltet und nutzt, bestimmt auch die Spielregeln.

Der Fairplay Guide '26 setzt genau hier an und bietet eine taktische Orientierung, um nicht nur den Status quo zu beschreiben, sondern konkrete Konsequenzen einzufordern. Er macht sichtbar, wie tief die Ursachen von Diskriminierung im Fußball reichen und warum symbolische Gesten am Ziel vorbeischießen. Wir beleuchten die Perspektive derer, die täglich digitale Ge-

walt erleben, und geben Einblicke in die Praxis von Vereinen und Medien, die zwischen offener Debatte und harten Platzverweisen navigieren müssen. Gleichzeitig formulieren wir den Anspruch, digitale Räume im Fußball nicht nur passiv zu moderieren, sondern sie aktiv mit Haltung zu gestalten, bevor die Stimmung kippt. Die Realität zeigt, dass die klassische Moderation längst an ihre Belastungsgrenze stößt. Die Geschwindigkeit, die Masse und die Komplexität der Kommunikation machen es nahezu unmöglich, rein defensiv und reaktiv zu agieren. In diesem Kontext bedeutet reaktive Moderation oft, zu spät am Ball zu sein.

Ohne technologische Unterstützung ist diese Herausforderung nicht mehr beherrschbar, doch Technologie ist niemals ein Ersatz für Haltung. Sie ist ein Werkzeug, das menschliche Entscheidungen lediglich skaliert. Was wir brauchen, ist ein neues Zusammenspiel aus klaren Regeln, einer konsequenten Durchsetzung und einer Technologie, die Räume aktiv schützt.

Die Weltmeisterschaft 2026 wird kein Ausnahmezustand sein, sondern sie wird sichtbar machen, ob wir gelernt haben, Verantwortung zu übernehmen. Der Fußball wird sportlich auf dem Platz entschieden, doch sein eigentlicher gesellschaftlicher Wert entscheidet sich – auch – im digitalen Miteinander.

Herzliche Grüße

Kevin Kallenbach | CEO ferret go GmbH

„In den Anfängen des Fußballs liegen auch Gewalt, Ausbeutung und Überlegenheitsdenken. Und die Nachwirkungen spüren wir noch heute.“

Ronny Blaschke

Ronny Blaschke ist als Buchautor und Journalist auf politische Themen im Fußball spezialisiert. Er arbeitet unter anderem für Deutschlandfunk, Süddeutsche Zeitung und Die Zeit. Sein sechstes Buch, „Spielfeld der Herrenmenschen – Kolonialismus und Rassismus im Fußball“, wurde 2024 als Fußballbuch des Jahres ausgezeichnet.



1. Analyse

Paradigmenwechsel statt Symbolpolitik auf dem Spielfeld

Sportjournalist und Buchautor Ronny Blaschke analysiert, wie koloniale Wurzeln und neokoloniale Denkmuster bis heute den Fußball prägen. Er legt offen, warum rein symbolische Kampagnen an strukturellen Lücken scheitern und was passieren muss, um eine echte, nachhaltige Veränderung im Weltsport anzustoßen.

Fußball blickt auf eine lange Tradition zurück. Welche Strukturen und Muster begegnen Ihnen in der historischen Auseinandersetzung damit immer wieder?

Viele Fans und Funktionäre beschreiben den Fußball noch heute als „völkerverbindend“ und „identitätsstiftend“. Was viele nicht wissen: Die globale Verbreitung des Fußballs wäre ohne den Kolonialismus nicht denkbar gewesen. Einige Beispiele: In Indien wollten britische Kolonialherren im 19. Jahrhundert ihre „Untertanen“ durch Fußball „disziplinieren“. In Algerien ließen französische Soldaten nur wenige Muslime in den Vereinen mitspielen, um Neid zwischen den Einheimischen zu provozieren. In Mosambik rekrutierten portugiesische Besatzer Schwarze Männer für ihre Fußballklubs in Lissabon, um im internationalen Vergleich als freundlicheres Kolonialreich durchzugehen. In den Anfängen des Fußballs lagen also auch Gewalt, Ausbeutung und Überlegenheitsdenken. Und die Nachwirkungen spüren wir noch heute.

Wie unterscheiden Sie in Ihrer Arbeit zwischen individuellem Fehlverhalten und strukturellen Ursachen von Diskriminierung im Fußball?

Medien schauen auf rassistische Anfeindungen von einzelnen Fans im Stadion. Das ist wichtig, greift aber zu kurz. Im Fußball halten sich neokoloniale Denkmuster. So ist bei vielen die Wahrnehmung verbreitet, dass Schwarze Spieler schneller, kräftiger und schmerzempfindlicher sind als ihre weißen

”

„Die Fußballorganisationen haben sich lange auf symbolische Kampagnen konzentriert.“

Teamkollegen. Wohingegen weiße Fußballer in manchen Augen als fleißiger, weitsichtiger und disziplinierter gelten. Diese rassistischen Stereotype, für die es keine wissenschaftliche Basis gibt, werden kaum hinterfragt. Stattdessen feiern Fußballverbände, Vereine und viele Medien die deutsche Nationalmannschaft für ihre Diversität. Was unerwähnt bleibt: Die Entscheidungen im Fußball, also in Vorständen, Schiedsgerichten oder Sportredaktionen, werden in der Regel von weißen Männern getroffen.

Was treibt Menschen an, die sich gegen Diskriminierung einsetzen, und was können Fußballorganisationen davon lernen?

Es gibt in Deutschland ehrenamtliche Fangruppen und Initiativen, die sich seit mehr als 30 Jahren gegen Diskriminierung engagieren. Häufig wurden sie von Rechtsextremen bedroht. Die Fußballorganisationen haben sich lange auf symbolische Kampagnen konzentriert, auf Aktionsspieltage, Clips in sozialen



„Allerdings können wir vom deutschen Profifußball, der jährlich mehr als sechs Milliarden Euro umsetzt, etwas mehr erwarten.“

Medien oder Stadiondurchsagen gegen Antisemitismus. Allerdings können wir vom deutschen Profifußball, der jährlich mehr als sechs Milliarden Euro umsetzt, etwas mehr erwarten. Bis heute gibt es keine bundesweite, einheitliche Meldestelle für Diskriminierungen im Fußball. Auch die Satzungen, Leitbilder und Awareness-Konzepte sind bei etlichen Profiklubs nicht auf Höhe der Zeit. Da ist es gut, dass es inzwischen eine Organisation wie „Roots – Against Racism in Sports“ gibt. Dort wollen Menschen, die selbst von Diskriminierung betroffen sind, Strukturen hinterfragen und verändern. Vor kurzem hat „Roots“ mit dem

Deutschen Fußball-Bund eine Kooperation abgeschlossen. Es ist wichtig, dass der größte Sportfachverband der Welt diese Expertise von außen nicht als Eingeständnis der eigenen Schwäche betrachtet.

Wo sehen Sie die Verantwortung für Veränderung – bei Vereinen, Verbänden, Medien oder der Gesellschaft insgesamt?

Verbände und Vereine behaupten gern, dass der Fußball die Probleme der Gesellschaft ausbaden müsse. Aber da machen sie es sich zu einfach. Die „Mitte-Studie“ der Friedrich-Ebert-Stiftung legt nahe, dass Mitglieder von Fußballklubs häufiger rassistisch eingestellt sind als Befragte ohne jegliche Sportmitgliedschaft. Die Ursachen liegen womöglich in den Strukturen und Ritualen des Fußballs selbst. In den Stadien und auch in den sozialen Medien werden Männlichkeitskult und Freund-Feind-Denken kultiviert. Die Fankurve fühlt sich mitunter genauso anonym an wie die Kommentarfunktion im Netz. Und dann gibt es im Fußball ein Vokabular, von dem sich rechtsoffene und rechtsextreme Kräfte angesprochen fühlen können. Oft ist da die Rede von Kampfkraft, Ehre und Heimat. All das führt dazu, dass sich im Stadion viele andere Menschen eben nicht aufgehoben fühlen. In Städten wie Frankfurt, Stuttgart oder Dortmund haben weit mehr als ein Drittel der Menschen eine Einwanderungsbiografie. Doch in den Fankurven der Stadien ist dieser Anteil viel geringer. Es wird höchste Zeit, über ausgrenzende Strukturen nachzudenken

Was müsste strukturell passieren, damit sich das Klima rund um Fußball nachhaltig verändert?

Es reicht nicht mehr, wenn im Fußball gemeinnützige Stiftungen mit kleinen Budgets das Wort gegen Diskriminierung erheben. Es ist ungenügend, wenn die Marketingabteilungen der Profiklubs zwei- oder dreimal im Jahr Aktionen gegen Rassismus planen. Die Deutsche Fußball-Liga als Dachverband könnte bei den Profiklubs eine „Abteilung Menschenrechte“ zur Bedingung für eine Spiellizenz machen. Orientiert am jeweiligen Jahresumsatz des Klubs, könnten zwei oder drei Prozent der Einnahmen in

langfristige Projekte und Fortbildungen gegen Diskriminierung fließen, auch im Umgang mit sozialen Medien. Wichtig ist, dass die Funktionäre ihre Privilegien hinterfragen. Ob Konzerne, Banken oder



„In den Stadien und auch in den sozialen Medien werden Männlichkeitskult und Freund-Feind-Denken kultiviert. Die Fankurve fühlt sich mitunter genauso anonym an wie die Kommentarfunktion im Netz.“

Fußballklubs: Häufig schenken Führungskräfte jenen Kollegen Vertrauen, die ihnen ähnlich sind, im Fußball sind das in der Regel weiße Männer. Deshalb sollte „Affirmative Action“, die gezielte Förderung von Minderheiten, die in den USA oder Großbritannien seit Jahrzehnten diskutiert wird, auch im deutschen Fußball eine Rolle spielen. Klubs könnten mit Stipendien, Quoten und Mentoring-Programmen gezielt auf Menschen mit Einwanderungsbiografie zugehen. In der Wirtschaft zeigen Studien schon lange, dass eine wachsende Vielfalt der Kommunikation und Ideenfindung zu Gute kommt. Der Fußball als vielleicht wichtigste Alltagskultur unserer Zeit hat da ein riesiges Potenzial.



„Alle tragen Verantwortung – und von den männlichen Kollegen wünsche ich mir mehr Solidarität und öffentliche Stellungnahmen.“

Mara Pfeiffer

Mara Pfeiffer schreibt über Fußball und Gesellschaft, wo beide sich berühren und voneinander lernen können. Die Wortpiratin moderiert am liebsten Veranstaltungen, in denen mit Personen aus betroffenen Gruppen, statt über sie geredet wird, podcastet über Fußballthemen auf und neben dem Platz und findet den Raum jenseits von Tellerrändern besonders wichtig.



2. Perspektive

Platzverweis für Sexismus im Fußball

Sexistische Anfeindungen, Bedrohungen, strafrechtlich relevante Zuschriften – für Frauen im Fußball gehört das zum Alltag. Journalistin und Autorin Mara Pfeiffer zeigt, warum digitale Gewalt gegen Frauen so selten Konsequenzen hat und welche Verantwortung Medien, Fan-Gruppen und Politik tragen.

Sie sind selbst als Frau im Fußball-Journalismus aktiv. Wie hat sich das Ausmaß und die Art digitaler Anfeindungen, die Frauen in diesem Bereich erleben, in den letzten Jahren verändert?

Veränderungen bei Anfeindungen im digitalen Raum verlaufen in den letzten Jahren ähnlich wie die gesamtgesellschaftlichen, weil beides nicht voneinander zu trennen ist. Das bedeutet vor allem, die Schwelle des vermeintlich Sagbaren verschiebt sich weiter und Beleidigungen und Bedrohungen werden mit einer noch größeren Selbstverständlichkeit formuliert.

Ob eine Frau im Journalismus unterwegs ist, als Sportlerin oder in der Politik, das spielt dabei fast überhaupt keine Rolle. Der Korridor, auf dem man sich vermeintlich bewegen kann, um diesen Anfeindungen zu entgehen, existiert eigentlich überhaupt nicht.

Welche konkreten Formen nehmen digitale Anfeindungen gegen Frauen im Fußball an und gibt es Unterschiede zu dem, was männliche Kollegen in diesem Umfeld berichten?

Ein entscheidender Unterschied war und ist, dass Frauen geschlechtsbezogen angefeindet werden. Wer jeder Person, die nicht cis männlich ist – sich also nicht mit dem bei der Geburt zugewiesenen Geschlecht identifizieren –, die Kompetenz im Fußball abspricht, kritisiert nicht inhaltlich, sondern äußert sich sexistisch. Wenn Frauen sich vor einem TV-Auftritt nicht nur überlegen, ob der Termin passt, sondern auch, ob sie im Nachgang die Kraft haben, ihr Postfach auszukärchern oder zu entscheiden, welche Kommentare und Zuschriften womöglich strafrechtlich relevant sind, läuft etwas schief.

Wo verläuft aus Ihrer Erfahrung die Grenze zwischen hitziger Fan-Diskussion und persönlichen Angriffen oder Bedrohungen?

Fußballfans gelten vielen als eine besonders problematische Gruppe, was ihnen nicht gerecht wird. Gleichzeitig gibt es natürlich Verhaltensweisen, für die sie zu kritisieren sind. Wie auch in anderen ge-



„Wenn Frauen sich vor einem TV-Auftritt nicht nur überlegen, ob der Termin passt, sondern auch, ob sie im Nachgang die Kraft haben, ihr Postfach auszukärchern oder zu entscheiden, welche Kommentare und Zuschriften womöglich strafrechtlich relevant sind, läuft etwas schief.“

sellschaftlichen Bereichen ist Alkohol ein Problem in Sachen Enthemmung. Er entschuldigt Grenzüberschreitungen, ob online oder offline, aber niemals. Und gleichzeitig braucht es bei vielen keinen Alkohol, um sexistische Sprüche oder Beleidigungen gegen Frauen auszupacken, weil es einen Typ Mann gibt, der findet: Der Fußball gehört ihm.

Viele Vorfälle werden nicht gemeldet, nicht aufgegriffen und nicht verfolgt. Welche Gründe sehen Sie dafür, dass digitale Anfeindungen gegen Frauen im Fußball oft ohne Konsequenzen bleiben?

Die Gründe sind vielfältig. Ein ganz entscheidender ist aus meiner Sicht, dass Betroffene sich nicht

viel davon versprechen, diese Vorfälle anzuzeigen. Nicht umsonst ist in Diskussionen zu digitaler Gewalt gegen Frauen zuletzt in Bezug auf Deutschland das Wort „Täterparadies“ geprägt worden. Frauen, generell FLINTA-Personen – Frauen, Lesben, inter, nicht-binäre, trans und agender Personen –, kämpfen diesbezüglich an vielen Fronten, schon alleine darum, dass ihnen überhaupt geglaubt wird – und das kostet Kraft. Wichtig ist es, sich dabei zusammenzutun und einander zu unterstützen. Denn eine auch öffentlich sichtbare Diskussion und Bewegung macht anderen Mut.

Es braucht meines Erachtens aber auch endlich ein Umdenken mit der Begrifflichkeit der „Unschuldsumutung“. Natürlich gilt diese für mögliche Täter vor Gericht – sie darf umgekehrt aber in gesellschaftlichen Diskussionen nicht weiter dafür genutzt werden, mutmaßliche Betroffene zu behandeln, als wären ihre Anschuldigungen Lügen. Diese Absurdität hat System, das muss gebrochen werden.



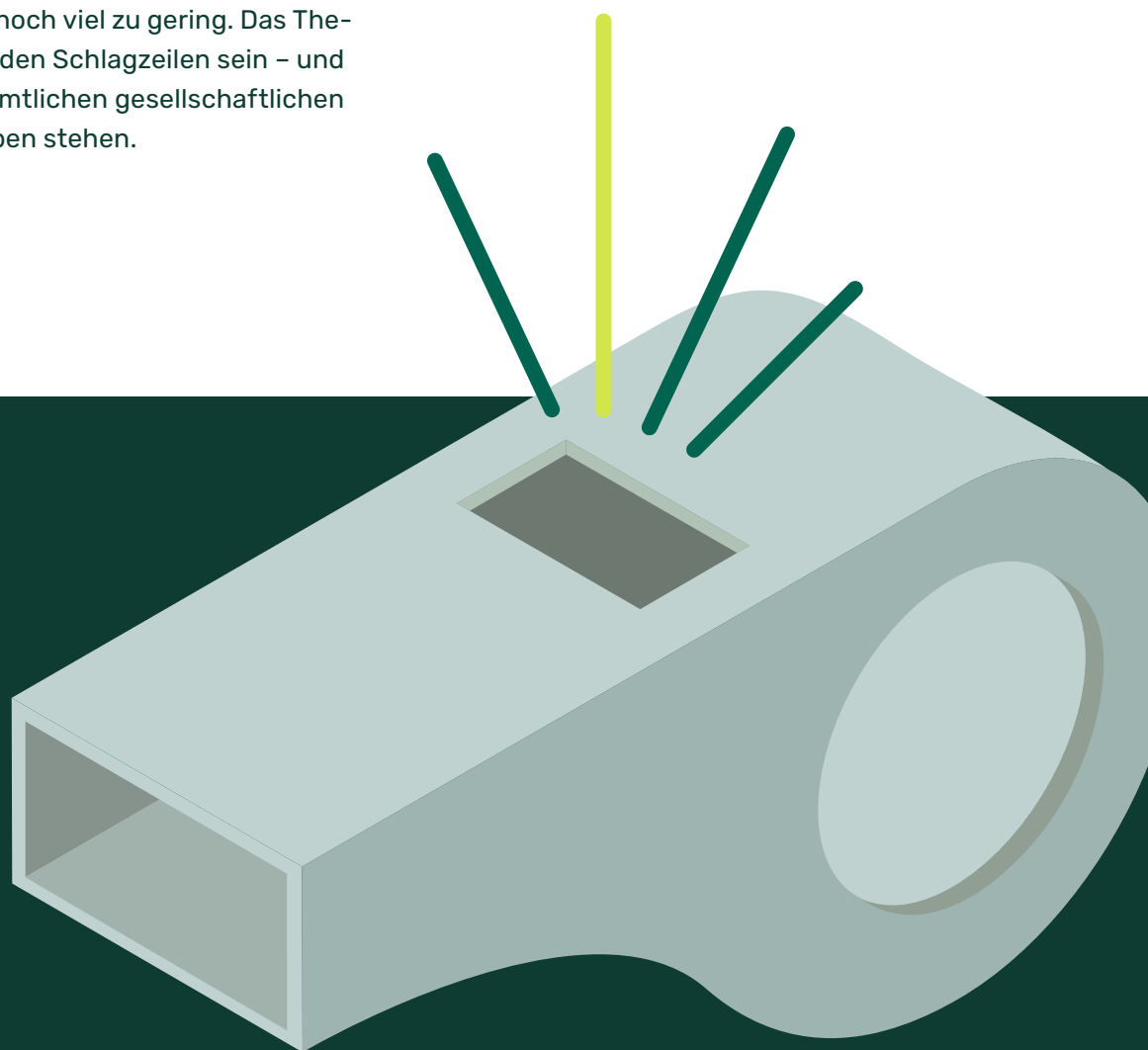
„Wichtig ist es, sich dabei zusammenzutun und einander zu unterstützen. Denn eine auch öffentlich sichtbare Diskussion und Bewegung macht anderen Mut.“

Was können Medien, Fangruppen und Verbände konkret tun und wer trägt aus Ihrer Sicht die größte Verantwortung?

Alle tragen Verantwortung. Das geht los bei den männlichen Kollegen, von denen ich mir mehr Solidarität und öffentliche Stellungnahmen wünsche. Es geht weiter bei den Vereinen, die Frauen in all ihren Strukturen brauchen – als Trainerinnen, Physios,

im Vorstand und Aufsichtsrat, damit die Jugendspieler und Profis in ihrer Bubble nicht unter sich bleiben. Die Verbände müssen realisieren, dass Aktionsspieltage alleine nicht ausreichen und viel stärker auch mit fangetriebenen Gruppen und Organisationen sprechen und kooperieren, die diese Themen an der Basis bewegen. Und Politik ist übrigens auch gefragt, weil das nicht zuletzt soziale und Bildungsthemen sind, die von Grund auf angepackt werden müssen.

Die Empörung über Gewalt gegen Frauen ist gerade mit Blick auf die Zahlen noch viel zu gering. Das Thema müsste jeden Tag in den Schlagzeilen sein – und auf Prioritätslisten in sämtlichen gesellschaftlichen Bereichen ganz, ganz oben stehen.





Marc Siekmann

Geboren und aufgewachsen im Ruhrgebiet, war Marc Siekmann schon immer fußballverrückt und seit Schulzeiten journalistisch unterwegs. Im Corona-Sommer 2020 führte sein Weg zum FC Schalke 04, zunächst als Leiter Sportkommunikation, seit über fünf Jahren nun als Direktor Kommunikation. In dieser Funktion verantwortet er die Bereiche PR und Public Affairs sowie das Media House mit insgesamt sieben Teams. Neben den internen Anforderungen arbeitet das Media House auch als Agentur für Partner und externe Unternehmen.

„Wir erkennen Situationen, aus denen Online-Stürme entstehen können, sehr gut im Voraus – und bereiten uns darauf vor.“

3. Praxis

Haltung als Linienrichter für die digitale Fankultur

Leidenschaftliche Fankultur braucht Raum, aber auch klare rote Linien. Schalke 04 setzt auf eine starke Selbstregulierung seiner Community und begegnet der Polarisierung in sozialen Netzwerken mit einer unmissverständlichen Haltung. Von proaktivem Community Management über technologische Unterstützung bis hin zur strafrechtlichen Verfolgung extremer Grenzüberschreitungen zeigt der Verein, wie er seine Spieler und Fans vor digitaler Gewalt schützt und wo die Verantwortung der Plattformen beginnt.

Schalke 04 hat eine der leidenschaftlichsten Fankulturen im deutschen Fußball – wie lässt sich diese Energie online für Prävention nutzen, statt sie nur zu regulieren?

Um diese Frage zu beantworten, muss ich ein wenig ausholen. Wir definieren jeden Ort, an dem sich Schalke und der Verein begegnen, als Fan-Ort. Dort soll jeder sofort erkennen: Das ist Schalke 04, mein Verein! Entsprechend wollen wir auch Plattformen dafür anbieten, die einzigartige Fankultur und die Werte des FC Schalke 04 in die digitale Welt zu erweitern. Entscheidend sind dafür unsere Fans und Mitglieder, die Schalke in der digitalen Welt voller Überzeugung, mit Leidenschaft und Liebe vertreten. Hier wollen wir das Gegenteil von Regulierung, nämlich möglichst viel Raum bieten.

Dennoch sind auch unsere Communitys nicht frei von Personen, die sich selbst als Schalke bezeichnen und dennoch die Werte aus Satzung und Leitbild

nicht respektieren. Unsere Communitys auf den unterschiedlichen Plattformen haben dabei eine starke Selbstregulierung, wenn es beleidigende oder gar diskriminierende Postings Einzelner gibt. Als Verein unterstützen wir das, haben uns darüber hinaus klare rote Linien gesetzt, bei denen wir mit klarer Kante eingreifen. Das betrifft insbesondere rassistische und antisemitische Haltungen – Menschenfeindlichkeit widerspricht Satzung und Leitbild, und wir treten entschlossen für ein gutes, respektvolles Miteinander ein.

Was waren die prägenden Erfahrungen oder Entwicklungen, die die strategische Ausrichtung eures Community Managements in den letzten Jahren beeinflusst haben?

Die Gesellschaft hat in den vergangenen gut zehn Jahren eine Entwicklung in Richtung Polarisierung und Gegeneinander genommen, deren Ausprägung

sich in den sozialen Medien vielleicht sogar am stärksten zeigt. Der Kompromiss als Ergebnis einer Diskussion ist in vielen Bereichen zu einer Niederlage umgedeutet worden, der Perspektivwechsel in manchen Themenfeldern und Blasen nur noch eingeschränkt möglich. Daran haben einige Plattformen mit veränderten Algorithmen einen erheblichen Anteil, weil Menschen gar nicht mehr aus ihren



„Denn nur, wenn Menschen mit ihrem Fehlverhalten konfrontiert werden, kann sich etwas verändern.“

Kreisen herauskommen und die andere Seite sehen. Wir haben diese Entwicklung intensiv diskutiert, weil wir ein Verein mit klaren Haltungen sind, die wir mit breiter Brust nach außen tragen – das erwarten unsere Mitglieder zurecht von uns. Deshalb haben wir uns nicht von Plattformen wie X zurückgezogen, sondern verbreiten dort insgesamt weniger Content, dafür gezielt Haltungs-Themen. Das führt nicht selten zu teils harten Reaktionen von Blasen außerhalb des S04-Kosmos, die wir gerne aushalten, damit unsere Werte weiterhin präsent bleiben. Keinen Hehl machen wir daraus, dass wir durch die schiere Masse an Kommentaren und Postings an unsere Grenzen gelangen, auch mit der Unterstützung von KI.

Als Fußballverein kommen weitere, branchenspezifische Phänomene dazu. Beispielhaft genannt: Spieler und Trainer sind Marken, die selbst auf Social Media unterwegs sind. Das führt dazu, dass sie auch Opfer von Angriffen werden, insbesondere nach Niederlagen oder – vermeintlichen – persönlichen Fehlern. Bis zu einer bestimmten Grenze halten wir das aus, weil es zum Profisport dazugehört, dass Menschen ihre Meinung und Kritik öffentlich äußern. Rutscht es ins beleidigende oder noch schlimmer ab, stellen

wir uns vor unsere Mitarbeitenden. Teil der Prävention ist es auch, unsere Jugendspieler auf dieses Phänomen vorzubereiten, in dem wir Gruppen- und Einzelschulungen verstärkt durchführen.

Welche internen Strukturen hat Schalke aufgebaut, um Spieler, Trainer und Mitarbeitende vor Online-Hass zu schützen?

Neben den oben bereits erwähnten Schulungen, die auch die Profimannschaft in abgewandelter Form erhält, ist es vor allem der permanente Austausch. Wir erkennen Situationen, aus denen Online-Stürme entstehen können, sehr gut im Voraus. Entsprechend proaktiv bereiten wir uns im Community Management vor und sprechen mit den Protagonisten, die im Auge des Sturms stehen könnten, beziehen ihr Umfeld mit ein. Alles verhindern können wir als Verein aber nicht, Zugriff auf die Accounts der Spieler haben wir selbstverständlich auch nicht. Stattdessen sensibilisieren wir, sich mit Schutzmaßnahmen auseinander zu setzen.

Darüber hinaus handeln wir sehr klar bei Grenzüberschreitungen: Das betrifft einerseits interne Regeln, die aus Satzung und Leitbild abgeleitet wer-



„Technologie ist ein wichtiger Hebel, um mit der großen Masse an Kommentaren gut umzugehen.“

den, und andererseits Projekte wie ‚Hass im Netz‘, bei der wir Vorgänge gezielt zur Anzeige bringen. Denn nur, wenn Menschen mit ihrem Fehlverhalten konfrontiert werden, kann sich etwas verändern. Hier noch einmal zur Einordnung: Das machen wir nicht bei jeder x-beliebigen Kritik, sondern bei klaren Grenzüberschreitungen – zum Beispiel dem per Direct Message geäußerten ‚Wunsch‘ eines Users

(bezeichnete sich selbst als Fan der gegnerischen Mannschaft), das Kind eines Spielers möge sterben. Dieses Verhalten akzeptieren wir nicht.

Ihr setzt beim Schutz eurer Community auch auf technologische Unterstützung – welche Rolle spielt das für euch und was wäre ohne diese Unterstützung anders?

Technologie ist ein wichtiger Hebel, um mit der großen Masse an Kommentaren gut umzugehen. Wir reden von Tausenden Interaktionen und Kommentaren, vor allem an den Spieltagen. Ohne diese Unterstützung müsste alles per Hand gefiltert werden – das heißt, wir müssten problematische oder verdächtige Kommentare und Postings aktiv erkennen. So bekommen wir einen Hinweis, schauen es uns an und können dann zügig entscheiden. Diese Skalierung ist sehr wichtig.

Wo liegen die Grenzen dessen, was ein Verein alleine leisten kann und ab wann braucht es externe Unterstützung?

Wir sind immer auf externe Unterstützung angewiesen, allein bei der technologischen Entwicklung ergäbe alles andere unternehmerisch keinen Sinn. Es muss Hand in Hand gehen – die internen Ressourcen und Leitplanken sowie die externe Unterstützung. Den passenden Partner an seiner Seite zu wissen, tut gut und gibt uns Sicherheit. Letztlich ist die Basis entscheidend, und die ist in unserer Haltung als Verein durch unsere Mitglieder festgeschrieben worden. Dieser wollen wir gemeinsam gerecht werden.



Jan-Niklas Häuslein

Jan-Niklas Häuslein begann bei SPORT1 im Jahr 2018 mit einem Praktikum im Bereich Social Media, war danach als Freelancer für den Sender tätig und wurde 2019 fest angestellt. Ab 2022 war er Head of Social Media. Seit 2025 ist er Director Content und trägt die redaktionelle Verantwortung für die Online-, Mobile-, Video-, Audio- und Social-Media-Angebote von SPORT1.



„Dank technischer Unterstützung können wir uns auch anderen wichtigen Aufgaben des Community Managements widmen.“



Alicia Haardörfer

Alicia Haardörfer absolvierte im Jahr 2021 ein Praktikum bei SPORT1 in der Social-Media-Redaktion und durchlief seitdem weitere Stationen als freie Mitarbeiterin und festangestellte Editor Social Media bei SPORT1. Seit 2025 ist sie als Head of Social Media verantwortlich für die Social-Aktivitäten.

4. Verantwortung

Aktive Diskursgestaltung zwischen Doppelpass und Hasskommentar

Alicia Haardörfer und Jan-Niklas Häuslein geben Einblick in den Alltag des Community Managements bei SPORT1 – von automatisierten Filtern über Triggerwörter bis hin zum Schutz von Spielerinnen und Spielern nach rassistischen Vorfällen. Dieser Beitrag zeigt, wie SPORT1 als großes Sportmedium Hass und Beleidigungen in Kommentarspalten eindämmt und dabei auch die mentale Gesundheit der eigenen Mitarbeitenden konsequent absichert.

Bei welchen Themen oder Ereignissen beobachtet ihr auf euren Kanälen besonders starke emotionale Reaktionen in der Community?

Alicia Haardörfer: Das sind bei uns zwei größere Bereiche. Einmal die sportlichen Leistungen selbst beziehungsweise alles, was direkt mit dem Sport in Verbindung steht. Diese wurden schon immer sehr emotional diskutiert. Geht es um Spielerinnen und Spieler, Athletinnen und Athleten oder Klubs, die besonders gute oder schlechte Ergebnisse erzielt haben oder um Entscheidungen von Schiedsrichtern, dann ist mit solchen Reaktionen zu rechnen. Das gilt vor allem bei den großen Namen des Sports. Besonders stark ausgeprägt sind die Reaktionen bei großen Events, wenn die Aufmerksamkeit in der Bevölkerung grundsätzlich noch höher ist. Der zweite Bereich umfasst Themen wie LGBTQAI+, Diskriminierung, Rassismus, Antisemitismus, politische Themen und Konflikte.

Wo zieht ihr intern die Linie zwischen hitziger Diskussion und Inhalten, die ihr aktiv moderieren müsst?

Alicia Haardörfer: Beleidigungen, Drohungen und Kommentare, die gegen unsere Netiquette verstoßen, zum Beispiel in Form von Rassismus, Sexismus, Antisemitismus und so weiter, werden von uns verborgen oder entfernt. Solche Inhalte haben in unseren Kommentarspalten nichts verloren. Treten diese Kommentare unter einem Post gehäuft auf, erinnern wir die Community an unsere Netiquette und verlinken diese auch in einem Kommentar. Wir behalten es uns auch vor, Kommentare zu verbergen oder auf solche zu antworten, die nur gepostet werden, um eine Reaktion von anderen Usern zu erzwingen. Ansonsten gehen wir aktiv mit unseren Usern in die Diskussion.

Wenn ein Spieler nach einem entscheidenden Fehler zum Fokus massiver Kommentare wird: Wie geht ihr in der Moderation vor und wie definiert ihr dabei eure Verantwortung als Plattform?

Alicia Haardörfer: Wir sehen uns in der Verantwortung, die betroffenen Spielerinnen und Spieler zu schützen und bemühen uns, die Kommentarspalten so friedlich wie nur möglich zu halten. Wir filtern in der Regel bei allen Beiträgen die Kommentare heraus, die von uns markierte Triggerwörter – insbesondere Beleidigungen – enthalten und entfernen beziehungsweise genehmigen diese manuell. Außerdem kontrollieren wir besonders diese kritischen Beiträge in einer kur-



„Wir sehen uns in der Verantwortung, die betroffenen Spielerinnen und Spieler zu schützen und bemühen uns, die Kommentarspalten so friedlich wie nur möglich zu halten.“

zen Frequenz und entfernen beleidigende Beiträge. Bei außerordentlich kritischen Themen, wie der Rassismus-Vorfall um Vinicius Jr., stellen wir den Beitrag unmittelbar nach der Veröffentlichung über *conversario* auf „Disallow All“. Dadurch erscheinen die Kommentare zunächst ausschließlich in *conversario*, wo wir in regelmäßigen Abständen neue Kommentare zulassen beziehungsweise ablehnen. Dadurch können wir sicherstellen, dass die Kommentarspalte auch in stressigen Momenten und über die Nacht hinweg sauber bleibt.

Technologie gilt als wichtige Stütze im Community Management – wie stark verlasst ihr euch darauf

und was würde ohne diese Unterstützung in eurem Alltag wegfallen?

Jan-Niklas Häuslein: Wir verlassen uns in Bezug auf unsere Facebook-Seiten stark auf *conversario*. Hintergrund sind die unzähligen Beiträge, die wir auf unseren verschiedenen Seiten veröffentlichen. Dennoch gehen wir von morgens bis abends



„Ohne die doppelte Absicherung und das Auffangnetz, insbesondere für ältere Beiträge, wären wir jedoch nur mit dem endlosen Scannen von Kommentaren beschäftigt.“

manuell über alle Posts in der jeweiligen Schicht oder im Idealfall über alle Posts, die in den letzten 24 Stunden veröffentlicht wurden. Wir scannen die Posts nach unerwünschten Kommentaren, auffällig hohem Kommentarvolumen und interagieren mit unserer Community. Durch unseren Schichtbetrieb ist es möglich, dass wir täglich 16 Stunden aktiv für die Community da sein können. Ohne die doppelte Absicherung und das Auffangnetz, insbesondere für ältere Beiträge, wären wir jedoch nur mit dem endlosen Scannen von Kommentaren beschäftigt. Dank dieser technischen Unterstützung können wir uns auch anderen wichtigen Beschäftigungen des Community Managements widmen. Auf Instagram, TikTok und Co. sind wir etwas unabhängiger von der Software.

Community Managerinnen und Manager sowie Redakteurinnen und Redakteure sind täglich mit belastenden Inhalten konfrontiert – welche Strukturen hat SPORT1 entwickelt, um diese Mitarbeitenden zu unterstützen?

Jan-Niklas Häuslein: Durch den wechselnden Schichtdienst gibt es bei uns niemanden, der ausschließlich als Community Manager eingesetzt wird. Die Abwechslung und verschiedene Aufgaben reduzieren die Belastung somit etwas. Dennoch sind unsere Community Managerinnen und Manager belastenden Inhalten im Netz ausgesetzt. Es gibt mehrere Punkte, wie wir unsere Mitarbeitenden unterstützen. Die Funktionen von *conversario* sorgen dafür, dass den Community Managerinnen und Managern viele belastende Kommentare erspart bleiben, weil sie schon vorher geblockt werden. Wir haben flache

“

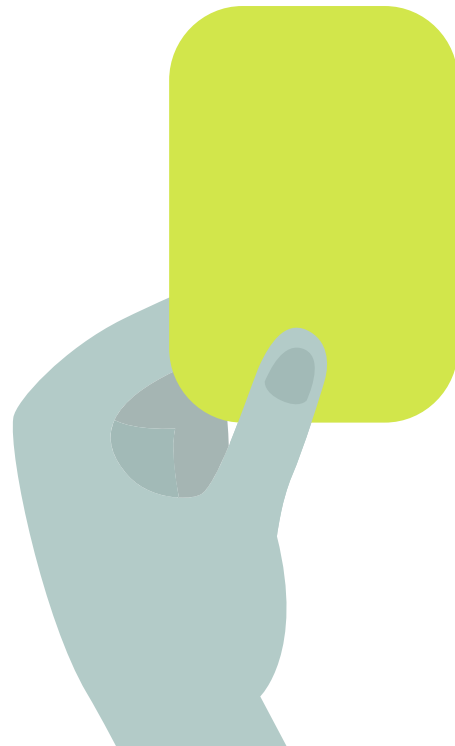
„Die Funktionen von *conversario* sorgen dafür, dass den Community Managerinnen und Managern viele belastende Kommentare erspart bleiben, weil sie schon vorher geblockt werden.“

Hierarchien und eine offene Gesprächskultur. Es gibt immer eine Person pro Schicht, die aushelfen kann oder auch Teile übernehmen kann, wenn es zu viel wird. Grundsätzlich kann jedes Teammitglied jede Position besetzen, wodurch wir flexibel sind. Wir haben für alle ein offenes Ohr und die Möglichkeit, nach besonders schwierigen Fällen ausgiebig darüber zu sprechen. Im wöchentlichen Teammeeting können Belastungen thematisiert und aufgearbeitet werden. Aus diesem Teammeeting heraus entstehen klare Briefings und Anleitungen, wie man mit solchen Situationen umgehen kann.

Die Fußball EM 2024 war ein Großereignis mit enormer digitaler Reichweite – was hat SPORT1 aus dieser Erfahrung für das Community Management

mitgenommen und wie habt ihr euch für die anstehende Fußball WM 2026 vorbereitet?

Jan-Niklas Häuslein: Unsere Vision lautete schon vor der EM 2024 „Maximize Moments in Sports & Entertainment“. Wir definieren uns über vier Attribute. Wir sind authentisch, mutig, vielfältig und kompetent. Bei der EM im eigenen Land haben wir genau das umgesetzt. Wir sind alle selbst Fans und positiv verrückt nach Fußball. Das versuchen wir auch zu transportieren. Von Fans für Fans. Kurze Entscheidungswege und keine langen Schleifen, sondern Tempo in der Umsetzung. Das Team muss so aufgestellt sein, dass wir aus den verschiedenen Städten schnell Content angeliefert bekommen. Wir haben gelernt, dass schnelle und authentische Inhalte viel wichtiger sind als Hochglanz-Content mit aufwendigen Animationen. Für die WM 2026 werden wir auch in Nachtschichten arbeiten, um das Turnier umfassend abbilden zu können. Wir haben genaue Briefings, vorbereiteten Content und Handlungsempfehlungen ausgearbeitet und sind so für die nächste



5. Technologie

Teampayer Technologie

Klassische Moderation stößt bei koordiniertem Hass und kodierter Sprache oft an ihre Grenzen, da sie meist erst nach der Eskalation greifen kann. KI-gestützte Technologie übernimmt hier die Rolle eines digitalen Teampayers, der über einfache Keyword-Filter hinausgeht und die Handlungsfähigkeit von Vereinen und Medien in kritischen Momenten sichert.

Die vorangegangenen Kapitel dieses Papers haben das Ausmaß dokumentiert: Hass im digitalen Raum ist zu meist strukturell, koordiniert und nimmt in angespannten Situationen wie einem WM-Turnier dramatisch zu. Betroffene berichten nicht selten von eskalierenden Anfeindungen, Vereine stehen unter öffentlichem Druck und Medienplattformen verlieren die Kontrolle über ihre eigenen Kommentarspalten.

Klassische Moderation stößt dabei fast schon zwangsläufig an Grenzen. Sie kann erst eingreifen, nachdem ein Kommentar gepostet wurde, also häufig erst nachdem er bereits gelesen, geteilt und verinnerlicht wur-

de. Keyword-Filter erkennen sensible Begriffe, aber was sie nicht sehen, ist kodierte Sprache, koordinierte Muster oder die subtile Abwertung, die Worte enthalten, die grundsätzlich nicht als sensibel eingestuft werden.

In zwei Szenarien skizzieren wir typische Herausforderungen in den Kommentarspalten von Medien, Vereinen und Sportakteuren, die veranschaulichen sollen, wie Technologie in kritischen Momenten die Handlungsfähigkeit der Moderation sicherstellen kann.

WM-Finale, Minute 90+3

Deutschland trifft in der Nachspielzeit zum Ausgleich. Tausende Kommentare gehen binnen Sekunden ein – darunter koordinierte Anfeindungen gegen einen Spieler. Ein Standard-Filter sieht nichts Auffälliges, *conversario* erkennt das Muster.

Moderation

DREISCHICHTIGE KI-ARCHITEKTUR

Hinter *conversario* steckt keine Filterliste, sondern eine mehrstufige KI, bei der jede Ebene eingreift, wenn die darunterliegende unsicher ist.

- 1. Regelbasierte KI**
Klare Fälle, sofort anpassbare Regeln
- 2. Spezialisierte Klassifikationsmodelle**
erkennen Hassrede, Ironie und subversive Sprache im Kontext
- 3. LLM-Experten-Klassifikatoren**
für komplexe Fälle mit kodierter Diskriminierung und Weltwissen

Standard-Filter übersieht:

„Typisch, dass so einer das Tor macht“ – kein Schlagwort, trotzdem Konnotation.

Conversario erkennt:

Kontext, Muster und Nutzerhistorie – kodierte Abwertungen auch ohne gesperrte Wörter.

Features

KARMA-SYSTEM

Jeder Nutzer trägt einen Karma-Score, der seine gesamte Moderationshistorie widerspiegelt. Wer stets fair kommentiert, erhält schnellere Freigaben. Wer wiederholt negativ auffällt, wird strenger geprüft – ohne dass die gesamte Community darunter leidet.



Vertrauenswürdiger Nutzer
schnelle Freigabe



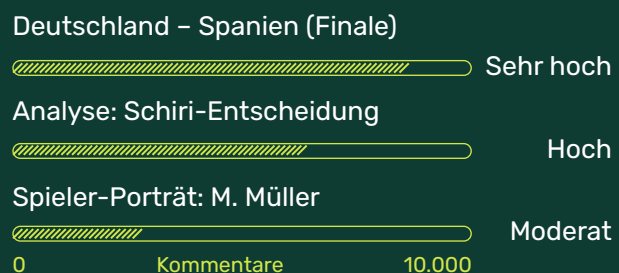
Neutraler Nutzer
reguläre Prüfung



Auffälliger Nutzer
Pre-Mod + Moderator-Alert

HEATMAP

Die *conversario*-Heatmap zeigt in Echtzeit, welche Artikel die höchste Kommentardichte erzeugen und wo toxische Cluster entstehen. In Kombination mit dem Karma-Score sehen Redaktionen auf einen Blick, welches Thema eskaliert und wer es antreibt.



Wo klassische Moderation an ihre Grenzen stößt, übernimmt *conversario* – kontextstark, nachvollziehbar, skalierbar.

Große Emotionen und Fairplay im WM-Kommentarbereich

Sportredaktionen wollen ihre Community über die gesamte Dauer des WM-Turniers hinweg mitnehmen und einbinden. Dabei geht es nicht darum, Diskussionen durch harte Sperrungen im Keim zu ersticken. Vielmehr soll ein Raum geschaffen werden, in dem die Debatte durch kluge Gestaltung konstruktiv bleibt und echte Interaktion ermöglicht wird.

Option 1

Diskurs nuancieren und gestalten mit dem Debatte-Feature

Das *engagently*-Debatte-Feature ist ein gestalteter Raum mit differenzierten Antwortoptionen statt binärer Ja/Nein-Logik. Redaktionelle Werkzeuge rahmen den Diskurs aktiv ohne ihn zu zensieren. Nutzerinnen und Nutzer wählen aus einem Spektrum differenzierter Positionen. Wer zwischen Nuancen entscheiden kann, polarisiert weniger.



Redaktioneller Hinweis

Die Redaktion platziert unter der Debatte sichtbare Hinweise. Das kann beispielsweise die Kontextualisierung des Themas oder eine bestimmte Perspektive auf die Debatte sein, die die Diskussion aktiv in eine konstruktive Richtung lenken. Damit übernimmt die Redaktion Verantwortung für den Ablauf der Debatte. Diese Form der Empowerment-Moderation hat nachweislich Wirkung gezeigt: Hasserfüllte Kommentare nahmen messbar ab, das Gemeinschaftsgefühl stieg und das Vertrauen in das Medium wuchs.*

** Studien von Prof. Dr. Marc Ziegele und Dominique Heinbach (HHU Düsseldorf, 2021) zeigen: Wenn Redaktionen Diskussionen aktiv rahmen – etwa durch persönliche Ansprache, Kontextualisierung und das Setzen von Normen – steigt die Qualität der Kommentare messbar. Inzivile Beiträge nehmen ab, während konstruktive Beteiligung und das Gemeinschaftsgefühl der Nutzenden zunehmen.*

Option 2

Zeitlich begrenzte Debatten & Diskussionen mit Moderationspräsenz

Engagently ermöglicht zeitlich begrenzte Debatten und Live-Diskussionen, zum Beispiel während eines Livestreams oder laufenden Spiels. Das ist das passende Feature für eine WM. Es lädt zum Live-Kommentieren, Diskutieren und Mitlesen ein – genau dann, wenn die Emotionen ihren Höhepunkt erreichen.



Moderations-Badge als sozialer Effekt

Ein Moderations- oder Redaktions-Badge macht die Anwesenheit der Verantwortlichen für alle sichtbar. Diese Transparenz verändert die Dynamik im Kommentarbereich grundlegend: Wer weiß, dass die Redaktion live mitliest, kommuniziert bewusster. Die Präsenz senkt die Zahl der Hasskommentare nicht durch repressives Sperren, sondern indem sie die psychologische Hemmschwelle für Entgleisungen erhöht. Gleichzeitig wird die soziale Erwartbarkeit eines respektvollen Umgangs gestärkt, wodurch konstruktive Stimmen motiviert werden, im Diskurs zu bleiben.

** Studien von Prof. Dr. Marc Ziegele und Dominique Heinbach (HHU Düsseldorf, 2021) zeigen: Wenn Redaktionen in Kommentarspalten sichtbar und aktiv präsent sind, wirkt ihr Verhalten als soziale Orientierung. Nutzerinnen und Nutzer richten ihre eigenen Beiträge stärker an konstruktiven Normen aus, wodurch die wahrgenommene Qualität der Diskussion steigt und destruktive Beiträge weniger Raum erhalten.*

Fazit

Jenseits der Abwehr: Diskurs aktiv moderieren statt nur schützen

Die WM 2026 wird zeigen, ob digitale Sportplattformen der Belastung standhalten – technisch wie gesellschaftlich. Neben der Begeisterung für das Turnier, werden koordinierter Hass und virale Empörung in wenigen Stunden in Form von Millionen von Kommentaren bei den Community Teams einlaufen. Die in diesem Kapitel beschriebenen Szenarien machen deutlich, dass Technologie

hier mehr leisten kann als nur als Schadensbegrenzung im Einsatz zu sein. *Conversario* und *engagently* zeigen zwei komplementäre Dimensionen einer Strategie, die weit über reines Reagieren hinausgeht.

Technologie kann die Bedingungen verändern, unter denen Hass im Netz entsteht, sich ausbreitet und Wirkung entfaltet. Deshalb ist Fairplay auf dem digitalen Spielfeld keine Frage des guten Willens einzelner Nutzerinnen und Nutzer, sondern eine Frage der Architektur, in der sie sich bewegen.



sichert den Raum durch eine dreischichtige KI, erkennt, was Keyword-Filter nicht identifizieren, macht Entscheidungen transparent und bewertet Nutzerinnen und Nutzer differenziert.



formt den Diskurs von der Vorfreude bis zum Abpfiff: mit Formaten, die Engagement fördern, Debatten nuancieren und die durch sichtbare Redaktionspräsenz, den Ton der Community aktiv mitgestalten.

„Fans spielen eine große Rolle, und wir möchten jeden ermutigen, laut zu sein, wenn es zu diskriminierenden Äußerungen kommt – online wie offline.“

Karl Evers

Karl Evers verantwortet das Community Management beim Deutschen Fußball-Bund. Seit rund acht Jahren arbeitet der gebürtige Hannoveraner im Social Media-Team des größten Sportfachverbands der Welt, fünf Jahre davon hat er die deutsche U 21-Nationalmannschaft begleitet und dabei einen Europameistertitel sowie eine Olympia-Teilnahme miterlebt. In den vergangenen Jahren hat er zunehmend Erfahrungen mit Hatespeech auf den DFB-Kanälen machen müssen, weshalb er gemeinsam mit seinen Kolleg*innen viel Arbeit in Schutz- und Abwehrmechanismen investiert.



6. Vision

Mission 2026: Digitale Fairplay-Standards

Rassistische Beleidigungen unter Posts zu U-Nationalmannschaften markierten vor drei Jahren den Wendepunkt für Karl Evers. Heute ist der Schutz von Spielern und Fans als strategische Kernaufgabe fest im DFB verankert. Durch eine Kombination aus KI-gestützter Moderation, der konsequenten Verfolgung strafrechtlicher Verstöße und der Einbindung der Fans selbst setzt der Verband neue Standards für ein faires, digitales Miteinander auf dem Weg zur Mission 2026.

Welche konkreten Maßnahmen hat der DFB ergriffen, um Spielerinnen und Spieler und Mitarbeitende vor digitalen Anfeindungen zu schützen und was hat sich dadurch im Alltag verändert?

Wir waren vor rund drei Jahren vermehrt mit der Situation konfrontiert, dass unter Posts zu unseren U-Nationalmannschaften leider sehr unschöne Kommentare zu lesen waren. Diverse Beleidigungen und insbesondere Diskriminierungen rassistischer Art. Und das in einer Vielzahl, auf die wir bis zum damaligen Zeitpunkt nicht vorbereitet waren. Diese Vorfälle waren folglich der Auslöser, um unser Community Management professioneller aufzustellen. Seitdem haben wir Maßnahmen in zwei verschiedenen Bereichen getroffen: Das systematische Sichten und Moderieren von Kommentaren ist die Basis, um Hass frühzeitig zu erkennen. Dabei hilft uns *conversario* in Verbindung mit einer täglichen Community Management-Schicht. Der andere Baustein ist die

strafrechtliche Verfolgung der besonders schwerwiegenden Kommentare. Grundlage dafür ist unsere Kooperation mit der Zentralstelle zur Bekämpfung der Internetkriminalität (ZIT) der Generalstaatsanwaltschaft Frankfurt am Main. Die oberste Priorität bei allen Aktivitäten hat der Schutz unserer Spielerinnen und Spieler sowie DFB-Protagonisten, zum Beispiel Schiedsrichterinnen und Schiedsrichter.

DFB, DOSB und DFL* setzen sich dafür ein, dass Hasskommentare künftig auch ohne individuellen Strafantrag strafrechtlich verfolgt werden können. Wie hat sich diese Initiative bisher entwickelt und was erhofft sich der DFB davon?

Richtig, wir haben den Gesetzgeber aufgefordert, die Strafverfolgung solcher Personen zu erleichtern, die für Deutschland antretende Athletinnen und Athleten im Netz angreifen. Nachdem die Initiative zunächst sowohl medial als auch in der Justizminister-

* **DOSB** = Deutscher Olympischer Sportbund;
DFL = Deutsche Fußball Liga

konferenz Anklang gefunden hatte, wurde sie seitens der Politik bisher leider nicht weiter verfolgt. Unsere Haltung dazu bleibt dennoch unverändert. Hintergrund der Initiative war, dass die Strafantragserfor-



„Das systematische Sichten und Moderieren von Kommentaren ist die Basis, um Hass frühzeitig zu erkennen. Dabei hilft uns *conversario*.“

dernis mit all ihren prozessualen Folgen insbesondere für junge Sportlerinnen und Sportler ein Hindernis sein kann. Bislang können beispielsweise Beleidigungen und Verleumdungen nur verfolgt werden, wenn die Athletin oder der Athlet für jedes Posting einen schriftlichen Strafantrag stellt. Die seit April 2021 für entsprechende Straftaten zum Nachteil von Politikerinnen und Politiker geltende Ermöglichung der Strafverfolgung auch ohne ausdrücklichen Strafantrag muss nach unserer Auffassung ebenso für Athletin und Athleten gelten, die die deutschen Farben vertreten – nicht nur im Fußball, sondern in allen Sportarten.

Ihr setzt beim Schutz eurer Community und eurer Spielerinnen und Spieler auch auf technologische Unterstützung – welche Rolle spielt das für euch und was wäre ohne diese Unterstützung anders?

Die technologische Unterstützung ist für uns unverzichtbar. Das fängt bei harmloser Spam-Werbung an und hört bei den geschilderten Diskriminierungen und Beleidigungen auf: Bei durchschnittlich mehr als 50.000 Kommentaren im Monat auf unseren DFB-Kanälen können wir nicht jeden einzelnen detailgenau unter die Lupe nehmen, deshalb ist die Vorfilterung durch *conversario* mittlerweile ein fester Bestandteil unseres Redaktionsalltags. Anders-

herum betrachtet geht aber auch nichts ohne die menschliche Überprüfung, das merken wir insbesondere bei Sarkasmus, Ironie oder einem diskriminierenden Unterton, den manche User anschlagen. Nicht jede Beleidigung enthält klassische Buzzwords, oftmals sind der Kontext oder die Formulierung ausschlaggebend.

Welche Rolle spielen Fans für den DFB im Umgang mit digitalem Hass und wo seht ihr hier noch ungenutztes Potenzial?

Tatsächlich sehen wir es sehr gerne, wenn die User selbst einschreiten und die Personen, die problematische Kommentare verfassen, aktiv auf ihr



„Nicht jede Beleidigung enthält klassische Buzzwords, oftmals sind der Kontext oder die Formulierung ausschlaggebend.“

Fehlverhalten hinweisen. Wenn jemand merkt, dass die eigenen Aussagen auf erhebliche Gegenwehr der Mitmenschen stoßen, hat das schließlich eine deutlich größere Wirkung als eine Ermahnung durch den Account-Betreiber. Deshalb spielen die Fans natürlich eine große Rolle, und wir möchten jeden ermutigen, laut zu sein, wenn es zu solchen Äußerungen kommt – online wie offline. Ohnehin ist es, wenn wir über digitalen Hass sprechen, enorm wichtig zu betonen, dass der Großteil derjenigen, die unter unseren Social Media-Posts kommentieren, dies friedlich und sachlich tun.

Welchen nationalen Standard für digitale Zivilcourage könnte Deutschland mit der Fußball-WM 2026 setzen?

Ehrlich gesagt würde ich mich freuen, wenn wir zwischen dem 11. Juni und dem 19. Juli überhaupt nicht über digitale Zivilcourage und darüber, wie wichtig es ist, sich gegen Hass und Hetze einzusetzen, sprechen müssten. Sondern über Fußball. Dazu gerne auch über den mitreißenden und gemeinschaftsstiftenden Content, den unser Medienteam rund um die Nationalmannschaft veröffentlichen wird. Das wäre das beste Zeichen gegen Hate Speech im digitalen Raum.



Impressum

Fairplay Guide '26

Die Zukunft der digitalen
Fankultur gestalten:
Gemeinsam für Wertschätzung
und Respekt im Netz

Wie Vereine, Medien und Verbände
mithilfe von Technologie dem
Hass auf dem digitalen Spielfeld
begegnen

Redaktion:

Lena Menzel, Rebecca Nell

Layout:

Valeska Hoischen

Photocredits:

S.3 | Christophe Winkler

S.4 | Sebastian Wells

S.8 | Felix Ostermann

S.12 | privat

S.16 | privat

S.24 | privat



ferret go GmbH

Kadiner Straße 11
10243 Berlin

Telefon +49 30 330 830 900
marketing@conversar.io
www.conversar.io