

Tobias Moorstedt

#refugeeswelcome vs. »Deutschland steh auf«

Die Flüchtlingsfrage und die Mobilisierungskraft der neuen Medien

Firas Al Shater fällt überhaupt nicht auf im Berlin des Jahres 2016, er trägt Vollbart, mehrere Ohrringe und eine altmodische Weste über dem weißen Hemd. Er könnte einer der vielen Digital-Hipster sein, die im Café St. Oberholz oder im Betahaus über einem Flat White sitzen und vom märchenhaften Start-up-Erfolg träumen. Der 26-Jährige ist jedoch kein Teil der Berliner Bohème, sondern musste vor gut zwei Jahren aus Syrien nach Europa fliehen – an die Kraft des Internets aber glaubt auch er.

Al Shater betreibt den YouTube-Kanal »Zukar«, auf dem er »Deutschland aus der Perspektive eines Flüchtlings« beschreibt. Er tut das humorvoll-lässig, mit genre-typischen Animationen und schnellen Schnitten. »Früher habe ich Filme gemacht«, erzählt er, »wenn ich nicht im Gefängnis saß, weil ich Filme gemacht habe«. Das Video mit dem Titel »Wer sind diese Deutschen« wurde in knapp zwei Wochen mehr als 400.000 Mal angeklickt. Faris Al Shater steht darin mit verbundenen Augen und ausgebreiteten Armen auf den Alexanderplatz. Vor ihm steht ein Pappschild auf dem Boden: »Ich bin ein syrischer Flüchtling. Ich vertraue dir. Vertraust du mir? Umarme mich!«

Mit der Aktion will Al Shater testen, wo der sprichwörtliche »kleine Mann von der Straße« in der Flüchtlingsfrage wirklich steht, auf der Seite der Regenbogenfahnen schwenkenden #refugeeswelcome-Aktivisten oder im hysterischen AfD-Pegida-Mob? Oder irgendwo dazwischen? Das Video hat übrigens ein Happy End. Nachdem die Passanten Faris Al Shater eine Zeit lang ignorieren, bekommt er eine erste Umarmung. Und dann noch eine. Und noch eine. Sein Fazit: »Wenn die Deutschen mit etwas anfangen, dann hören sie überhaupt nicht mehr auf.«

Der »Zukar«-Videokanal ist nur eines von vielen Webprojekten, die versuchen, die Kraft der sozialen Medien zu nutzen, um die Integration von Flüchtlingen zu erleichtern. Es gibt Video-Tutorials, die Neuankömmlingen zeigen, wie sie ein Bankkonto eröffnen können. Auf Google Maps gibt es die »Refugee Welcome Map«, auf der Anlaufstellen und Hilfsangebote markiert wurden. Und es gibt Apps wie *REFUGERmany* und Plattformen wie *Wefugee*, die Kontakt zwischen Unterstützern und Flüchtlingen herstellen (hier geht es sowohl um Fragen der Bürokratiebewältigung als auch darum, wo man eine nette Fußballmannschaft findet). »Die digitalen Medien können eine Kommunikation auf Augenhöhe herstellen« urteilt die Autorin und Netzaktivistin Anke Domscheit-Berg. Die 48-jährige hat seit 2015 Dutzende Flüchtlinge in ihrem Haus bei Berlin beherbergt und den deutschen #refugeehackathon initiiert, einen Programmiermarathon, bei dem digitale Lösungen entwickelt wurden, die Flüchtlingen und Freiwilligen helfen sollen. Domscheit-Berg sagt: »Diese Anwendungen unterstützen Newcomer bei der Orientierung im fremden Land, bei der Kommunikation und vielen anderen Herausforderungen – vor allem aber erhalten sie wieder etwas Autonomie zurück, können ihr Leben unabhängiger selbst managen.«

Die Mobilisierungskraft der neuen Medien wird jedoch nicht nur von der #refugeeswelcome-Fraktion genutzt. Auf Facebook gibt es zum Beispiel auch die Gruppe *Deutschland steh auf*, die knapp 10.000 Fans hat, und auf deren Seite man Einträge findet mit Titeln wie »Stürzt Merkel« und »Moslems in Großbritannien vergewaltigen 1.200 Kinder«. Die Nachricht, dass Flüchtlinge kostenlos mit der Deutschen Bahn reisen dürfen,

kommentieren die Macher der Seite hämisch: »Aber Schlepper für tausende Euro konnten sie sich schon leisten, oder?« Unter dem Artikel finden sich wütende Emojis und Kommentare wie: »Das ist so krass armes Deutschland« oder »Sone Schweine dürfen doch alles bekommen« (sic). Immer mehr Artikel erscheinen, die die sozialen Netzwerke als gefährliche Parallelgesellschaften beschreiben (»Wo Hass und Jauche blubbern«, titelte etwa die Berliner Zeitung). Die TV-Journalistin Dunja Hayali ging gerichtlich gegen Beleidigungen eines Facebook-Nutzers vor und fragte bei der Verleihung der Goldenen Kamera »Glaubt eigentlich irgendjemand, dass das irgendwas bringt, dieser ganze Hass?« – dafür wurde sie als Kämpferin gegen den Mob 2.0 gefeiert. Und Hans Magnus Enzensberger beschreibt die sozialen Netzwerke in seinem Aufsatz »Wehrt euch!« als quasi-asoziale Macht. Sein Rat: »Wer solche Freunde haben will, dem ist nicht zu helfen. Wer das Unglück hat, einem solchen Unternehmen anzugehören, der ergreife so schnell wie möglich die Flucht.«

Je schriller, desto like

Wie so oft, wenn es um die Folgen des modernen Mediengebrauchs geht (Sollten Schulkinder mit Tablet-Computern lernen? Was passiert wohl im Gehirn eines Videospielfans?) herrscht entweder Euphorie oder Abendlanduntergangsstimmung. Dabei handelt es sich bei digitalen Medien nicht um eine gute oder böse Kraft, sondern um zweckagnostische Werkzeuge: Welche Wirkung sie haben, kommt darauf an, auf welche Art und Weise sie eingesetzt werden (mit einem Hammer kann man ja auch Flüchtlingsheime bauen und Schädel einschlagen). Trotzdem muss man 2016 festhalten, dass sich die basisdemokratische Mustergesellschaft, die sich manche durch die Politik-2.0-Tools erhofft hatten, nicht eingestellt hat. Selbst ausgewiesene Digital Natives wie Sascha Lobo sehen die Wirkung der sozialen Netzwerke kritisch: »Die politische Öffentlichkeit wird zum immer schriller kreischenden Stammtisch, begünstigt durch die sozialen Medien, befeuert aber auch von redaktionellen Medien, die sich selbst in einen Sharing-Teufelskreis hineinsteigern: je schriller, desto like.«

Noch vor wenigen Jahren hatte man von Bürgerjournalisten geträumt, die die Habermas'schen Diskursregeln verinnerlicht haben und eine neue Form der Öffentlichkeit herstellen – die fünfte Macht. Und die Leute publizieren ja fleißig im Netz – nur gibt es eben auch viele Bürgerboulevardjournalisten, die die BILD rechts überholen.

Die moralische Frage, ob man jemanden entfremden sollte, weil er einen Pegida-Post geliked hat oder die Flüchtlingspolitik von »Mama Merkel« unterstützt, ist in diesen Tagen auf Facebook allgegenwärtig. Viele Nutzer kommentieren Nachrichten, die ihnen nicht gefallen, eher aus dem Verdauungstrakt heraus als rational: »Da wird mir schlecht«, »Ich könnte kotzen«, »Wie eklig«. Eine vom eigenen Weltbild abweichende Information wird behandelt wie ein E.coli-Bakterium, ist keine Meinung, die mehr oder weniger Legitimation besitzt, sondern ein gefährlicher Keim, der zu Brechdurchfall führt und dem man mit diskursiven Desinfektionsmitteln zu Leibe rücken muss. Vielen Nutzern ist es offenbar körperlich unmöglich, abweichende Meinungen zu ertragen oder sich mit diesen auseinanderzusetzen. Diese Allergie ist Teil des Problems.

Das Internet gibt uns die Möglichkeit, weltweit Nachrichten zu konsumieren und unsere Meinung zumindest theoretisch mit jedem Menschen zu teilen – laut der Forschungsabteilung von Facebook ist man über »3,5 Ecken« mit jedem der mehr als eine Milliarde Nutzer verbunden. Gleichzeitig schafft das Internet bzw. schaffen die Algorithmen, die den Nachrichtenfluss organisieren, aber auch Informationssilos, in denen man niemanden mehr trifft, mit dem man nicht ohnehin einer Meinung wäre. »Filter Bubble«, nannte das Eli Pariser. »Das System zeigt uns Dinge, von denen es annimmt, dass wir sie kaufen, lesen oder für sie stimmen werden«, schreibt die MIT-Sozio-

login Sherry Turkle in ihrem neuen Buch *Reclaiming Conversation*: »Auf diese Art und Weise bestimmt es, wie wir die Welt sehen und welche Ziele wir für erreichbar halten.«

Hinzu kommt, dass Nutzer sozialer Medien ihre Meinung mit geringerer Wahrscheinlichkeit teilen, wenn sie annehmen, dass ihre Freunde, Fans und Follower dieser nicht zustimmen – jeder möchte geliked werden. Das fand das renommierte Pew Research Center in einer Studie mit dem Titel »Social Media and the Spiral of Silence« heraus. Bereits 2007 beschrieb der Jurist und Obama-Berater Cass Sunstein in seinem Buch *Republic 2.0* eine »Gruppen-Polarisierung«, die immer dann eintrete, wenn Gruppen das sichere Gefühl haben, einer Meinung zu sein und wenn sie nur noch intern kommunizieren. Dies führe zur Ausbildung extremer Ansichten und zu weniger Toleranz gegenüber anderen Positionen. Diese »Balkanisierung des Internets« wird derzeit vor allem dann sichtbar, wenn es um die Balkanroute der Flüchtlinge geht.

Eines der Symbole der deutschen Willkommenskultur und des zweiten Sommermärchens war der Hashtag *#refugeeswelcome*, der auf Twitter, Plakaten und Webseiten auftauchte. Nur wenige Monate später kippt die Stimmung und *#refugeeswelcome* könnte in eine Reihe mit den Hashtag *#StopKony* oder *#Bringbackourgirls* gestellt werden; ambivalente Ikonen einer neuer Kommunikationsära, die sowohl für die Mobilisierungsquote der Netzgesellschaft als auch für die letztendliche Folgenlosigkeit vieler Online-only-Kampagnen stehen. Wenn Politik nach Max Weber das Bohren harter Bretter ist, dann erzeugt der sogenannte »Fünf-Minuten-Aktivist«, der denkt, mit einer PayPal-Spende oder einem Klick auf den Like-Button sozialen Wandel unterstützen zu können, nicht einmal Sägespäne. »Die langsame, harte Arbeit der Politik geht verloren«, schreibt Turkle, »Das Lesen, die Analyse, der Versuch, einen anderen Menschen, der einen anderen Standpunkt hat, zu überzeugen. (...) Politik braucht Konservationen und Gesprächspartner, die zulassen, dass die Welt komplexer ist, als sie ursprünglich dachten.«

Es ist vermutlich ein gutes Zeichen, dass auf der Seite *VolunteerPlanner.org* keine hehren Slogans auftauchen, sondern nur ein klickbarer Button mit der Aufschrift »Ich will helfen« und ein paar Zahlen: knapp 40.000 Freiwillige haben mehr als 100.000 Arbeitsstunden geleistet. »Derartige Seiten versuchen, Angebot und Nachfrage zu matchen«, erklärt Domscheid-Berg. Es gehe darum, zu verhindern, dass Nadelöhre und lange Wartezeiten entstehen. Die Computerexpertin nutzt eine kühle, technische Sprache, spricht von *Use Cases*, strukturierten Datenbanken und Skalierbarkeit, aber eigentlich geht es ihr um Wärme und Nähe. »Die elektronischen Medien sind nur der Enabler«, sagt Domscheid-Berg, »viel wichtiger sind die realen Kontakte zwischen Menschen, die dadurch entstehen.«

Die digitale Welt basiert auf dem Binärcode – es gibt nur Nullen und Einsen, wahr oder falsch, Schwarz oder Weiß. Unser Denken über die digitale Welt aber muss komplexer sein als dieser Grundbaustein. »Das Gespräch von Angesicht zu Angesicht ist die menschlichste Beschäftigung überhaupt«, schreibt Turkle in ihrem wichtigen Buch, das den Untertitel »The Power of Talk in a Digital Age« trägt. »Wenn wir uns der Präsenz des anderen aussetzen, lernen wir, zuzuhören und entwickeln die Fähigkeit der Empathie.«

Vielleicht ist es so: Wenn wir nur genug miteinander sprechen, können wir uns auch auf Facebook anschreien.



Tobias Moorstedt

arbeitet als freier Journalist und Autor und ist Mitgründer der Medienagentur Nansen&Piccard. Bei Suhrkamp erschien 2013 der Sammelband *Big Data. Das neue Versprechen der Allwissenheit* (hg. zus. mit Heinrich Geiselberger).

tobias-moorstedt@web.de