



HALLO LIEBE COMMUNITY!

KONSTRUKTIVE ONLINE- DEBATTEN FÖRDERN DURCH BESTÄRKENDE MODERATION

Marc Ziegele und Dominique Heinbach



LANDESANSTALT FÜR MEDIEN NRW
Der Meinungsfreiheit verpflichtet.

INHALT

3 Vorwort

5 EXECUTIVE SUMMARY UND HANDLUNGSEMPFEHLUNGEN

8 AUSGANGSSITUATION: ONLINE-DISKUSSIONEN IN KOMMENTARBEREICHEN UND DIE NOTWENDIGKEIT VON MODERATION

10 INTERAKTIVES EMPOWERMENT

11 Empower... was? Grundlagen der Empowerment-Moderation

13 Welche Kommentare soll ich moderieren? Auswahlprozess in der Empowerment-Moderation

16 Wie moderiere ich? Stile der Empowerment-Moderation

22 UNTERSUCHUNGSDESIGN

25 ERGEBNISSE DES FELDEXPERIMENTS

25 Wirkung auf die Wahrnehmung und Bewertung der Diskussionen in Kommentarbereichen

28 Wirkung auf die Wahrnehmung und Bewertung der Communitys

29 Wirkung auf die Wahrnehmung und Bewertung der Facebook-Seiten und der Moderation

32 FAZIT

33 DIE AUTORINNEN UND AUTOREN

VORWORT

»ÜBERLASSEN WIR DIE RÄUME IM NETZ NICHT DEN TOBENDEN SCHEINRIESEN.«

Bundespräsident Frank-Walter Steinmeier auf der Internetkonferenz
re:publica im Jahr 2019¹

Vielerorts haben die tobenden Scheinriesen das Netz noch fest im Griff. In einer repräsentativen Befragung der Landesanstalt für Medien NRW gaben im Jahr 2020 knapp 40 Prozent der Befragten an, dass in Diskussionen und Debatten im Internet mehr Hasskommentare als sachliche Meinungsäußerungen stehen. Allgemein hört, sieht und liest man in Berichten wenig Positives, wenn es um die Diskussionen der Nutzerinnen und Nutzer in sozialen Medien geht. Im Vordergrund stehen Hass und Hetze, Pöbeleien und Stammtischparolen, Desinformation sowie gezielte Propaganda. Dabei haben Untersuchungen bereits gezeigt, dass in den verschiedenen Räumen im Netz meist nur kleine Minderheiten von Nutzenden für einen Großteil der scheinbar unzivilisierten Diskussionskultur verantwortlich sind.

Seit einigen Jahren aber regt sich in der Gesellschaft Widerstand, und zwar nicht nur aus einem kleinen gallischen Dorf: Zivilgesellschaftliche Aktionsgruppen rufen zum kollektiven Einsatz für eine bessere Diskussionskultur im Netz auf. Das Netzwerkdurchsetzungsgesetz sowie verschiedene, von Aufsichtsbehörden angestoßene Initiativen zeigen den Verfasserinnen und Verfassern von Hasskommentaren ihre rechtlichen Grenzen auf. Auch Redaktionen von etablierten Medien professionalisieren ihr Community-Management immer weiter, um die Kommentarbereiche nicht verrohen zu lassen.

In allen Bereichen hat die Landesanstalt für Medien NRW verschiedene Projekte gefördert und wichtige Handlungsimplikationen für Politik und Medien aufgezeigt. Doch während sich die Gesellschaft auf die Bekämpfung von Hass und Hetze im Netz konzentriert, bleibt oftmals unberücksichtigt, dass viele Bürgerinnen und Bürger bereits heute wertvolle Beiträge zu den Debatten im Netz leisten. Wie aber können Anbieterinnen und Anbieter von Online-Diskussionen diese Beiträge sichtbarer machen, ihre Verfasserinnen und Verfasser bestärken und bislang passive Nutzerinnen und Nutzer ermutigen, respektvoll und konstruktiv zu diskutieren? Wie können die Anbieter den Eindruck verbessern, den Leserinnen und Leser von Online-Diskussionen haben? Und zahlt sich das Engagement der Anbieter in Online-Diskussionen letztendlich auch für sie selbst aus? Diese Fragen stehen im Zentrum der vorliegenden Untersuchung, die der negativ geprägten gesellschaftlichen Debatte über Online-Diskussionen ein positives Gegengewicht für demokratisch gelebte Meinungsfreiheit entgegensetzen möchte.

Mit Unterstützung der Landesanstalt für Medien NRW und des Ministeriums für Kultur und Wissenschaft des Landes Nordrhein-Westfalen² haben wir eine theoretisch fundierte Moderationsstrategie für Diskussionen in Kommentarbereichen von Medienseiten entwickelt und diese mit vier Praxispartnern im Rahmen eines Feldexperiments mit in-

¹ https://rp-online.de/digitales/internet/republica-2019-bundespraesident-steinmeier-fordert-einsatz-fuer-debattenkultur_aid-38596663.

² Teile der theoretischen Vorarbeit und der empirischen Untersuchung entstanden in der Nachwuchsforschungsgruppe „Deliberative Diskussionen im Social Web“, die im Rahmen des Verbundprojekts Digitale Gesellschaft durch das Ministerium für Kultur und Wissenschaft des Landes Nordrhein-Westfalen gefördert wird.

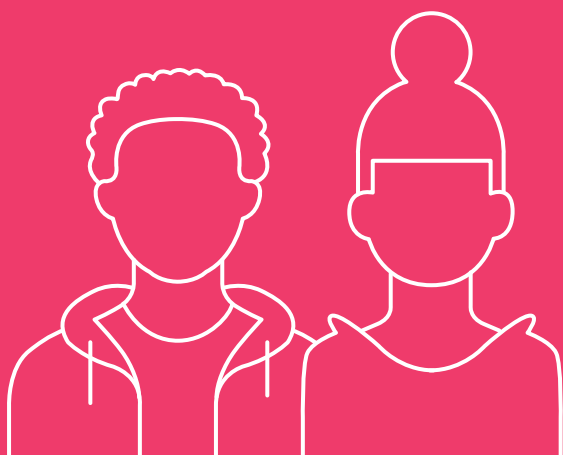
tegrierter Befragung von 4.380 Nutzerinnen und Nutzern getestet. Unser Konzept des *interaktiven Empowerments* gibt Redaktionen von Medienhäusern und anderen Anbietern von Online-Diskussionen ein leicht erlernbares Prinzip aus drei Moderationsstilen an die Hand. Dieses Prinzip kann ergänzend zu bestehenden Moderationsstrategien eingesetzt werden. Es ermöglicht Anbietern von Online-Diskussionen, in einen konstruktiven Dialog mit ihrer Community zu treten und dadurch die Qualität der Debatten zu verbessern, den Zusammenhalt ihrer Community zu erhöhen und das Vertrauen der Nutzerinnen und Nutzer in die Medienmarke zu stärken. Insgesamt zeigt sich interaktives Empowerment als vielversprechende Strategie, um den tobenden Scheinriesen im Netz etwas entgegenzusetzen.

Die Wirkungen von interaktivem Empowerment haben wir in einem groß angelegten Feldexperiment untersucht: Vier Praxispartner haben die drei Empowerment-Moderationsstile über einen sechswöchigen Zeitraum angewendet. Vor, während und nach der Anwendung der Moderationsstile haben wir 4.380 Nutzerinnen und Nutzer befragt. In einer quantitativen Inhaltsanalyse haben wir darüber hinaus knapp 16.000 Diskussionsbeiträge von Nutzerinnen

und Nutzern untersucht. Die in diesem Whitepaper berichteten Befunde beziehen sich auf die Ergebnisse der Befragung. Eine vollständige Dokumentation aller Befunde ist aktuell in Planung.

Wir danken Dr. Meike Isenberg und Desiree Steppat von der Landesanstalt für Medien NRW für ihre Unterstützung während des gesamten Projekts. Weiterhin danken wir Franziska Jünger (*Hart aber fair*), Cornelius Strittmatter (*RTL Aktuell*), Tanja Weyers (*WDR Lokalzeit Ruhr*) und Jan Schüßler (*ZDFheute*), die als primäre Ansprechpartnerinnen und Ansprechpartner der Redaktionen unserem Projekt den Weg in die Praxis geebnet haben. Ein besonderer Dank gilt den gesamten Redaktionen und Community-Managerinnen und Managern der Praxispartner, die die Empowerment-Stile mit unermüdlichem Einsatz in der Praxis getestet haben. Schließlich danken wir Daniel Schlemper, Sebastian Joppien, Jana Peters und Lena Wilms von der *Heinrich-Heine-Universität Düsseldorf* für ihre Mitarbeit an der Konzeption und Umsetzung der Empowerment-Moderation.

Mai 2021,
Marc Ziegele und Dominique Heinbach



EXECUTIVE SUMMARY UND HANDLUNGSEMPFEHLUNGEN

Was ist Empowerment-Moderation?

Interaktives Empowerment ist eine innovative Form der interaktiven Moderation von Online-Diskussionen: Moderatorinnen und Moderatoren beteiligen sich mit eigenen Beiträgen an den Diskussionen ihrer Nutzerinnen und Nutzer und unterstützen sie aktiv dabei, konstruktiv und respektvoll zu diskutieren und ein Gemeinschaftsgefühl innerhalb der Community zu entwickeln. Interaktives Empowerment kann in Kommentarbereichen auf Social-Media-Plattformen eingesetzt werden, eignet sich aber auch für andere Umgebungen, wo Online-Diskussionen stattfinden. Empowerment-Moderation legt den Fokus auf bereichernde Kommentare, um konstruktive Diskussionen zu fördern, statt lediglich destruktive Diskussionen zu verhindern. Empowerment-Moderation zielt darauf ab, Nutzerinnen und Nutzer zu unterstützen und zu motivieren, konstruktive und respektvolle Kommentare zu schreiben, die einen Mehrwert für die Diskussionen und für die Anbieter der Diskussionen haben. Außerdem will Empowerment-Moderation die Community stärken und sie so zur Selbstregulierung anregen.

Aufbauend auf dem sozialpsychologischen Konzept der sozialen Unterstützung haben wir das KASI-Prinzip entwickelt. Es stellt Redaktionen drei Stile der Empowerment-Moderation zur Verfügung: den kognitiven Stil (K), den affektiven Stil (A) und den sozial-integrativen Stil (SI). Die Stile unterscheiden sich in ihrer Zielsetzung und in ihrer Ansprache der Nutzenden: Der kognitive Stil zielt mittels seiner sachlichen Ansprache darauf ab, einen inhaltlichen Mehrwert in Online-Diskussionen zu schaffen, zum Beispiel durch zusätzliche Informationen, Argumente und Perspektiven. Der affektive Stil kann durch seine empathische Ansprache das Selbstwertgefühl der Nutzerinnen und Nutzer steigern, sie dazu motivieren, persönliche Erfahrungen zu teilen und ihre Emotionen und Empathie zu fördern. Der sozial-integrative Stil schließlich will durch seine gemeinschaftsorientierte Ansprache den Austausch der Nutzenden untereinander fördern, ihren Zusammenhalt stärken und für eine angenehme Grundstimmung in der Community sorgen. Alle Stile können, je nach individueller Zielsetzung von Redaktionen, einzeln oder gemeinsam im laufenden Moderationsbetrieb eingesetzt werden.

Das **KASI**-Prinzip beschreibt drei Stile der Empowerment-Moderation: den **kognitiven Stil (K)**, den **affektiven Stil (A)** und den **sozial-integrativen Stil (SI)**.

So wirkt Empowerment-Moderation

Die Wirkungen von Empowerment-Moderation haben wir in einer groß angelegten Studie mit vier Praxispartnern getestet. Bereits nach einer Anwendungszeit von zwei Wochen pro Empowerment-Stil konnten wir über alle Praxispartner hinweg positive Wirkungen auf die Wahrnehmungen der Nutzerinnen und Nutzer nachweisen: 1) Sie bewerteten die Qualität der Diskussionen in den Kommentarbereichen der Praxispartner besser als zuvor. 2) Sie nahmen mehr Zusammenhalt in der Community und mehr soziale Unterstützung wahr als zuvor. 3) Empowerment-Moderation verbesserte die Bewertung der Facebook-Seiten der Praxispartner sowie die Loyalität der Nutzerinnen und Nutzer gegenüber den Facebook-Seiten.

Darüber hinaus haben wir festgestellt, dass die Effekte nicht für alle Medienpartner gleich stark waren – es kommt also auch auf die jeweilige Marke und die Community an. Mit einer Ausnahme: Alle drei Empowerment-Stile wirkten sich unabhängig vom Medienpartner positiv auf den Zusammenhalt in der Community und die wahrgenommene soziale Unterstützung aus.

HANDLUNGSEMPFEHLUNGEN

Es gibt kein Universalrezept, wie Empowerment-Moderation angewendet werden sollte, denn jede Redaktion und jede Community ist anders. Trotzdem können wir aus den Ergebnissen unserer Studie sechs Handlungsempfehlungen ableiten.

1

Legen Sie den Fokus auf unterstützenswerte Kommentare.

Verwenden Sie Ihre Moderationskapazitäten nicht ausschließlich für die Kommentare, die Sie eigentlich gar nicht in der Diskussion haben wollen. Denn jede Reaktion Ihrerseits bringt einem unerwünschten Kommentar mehr Aufmerksamkeit. Nehmen Sie stattdessen auch die guten Seiten von Online-Diskussionen in den Blick und konzentrieren Sie sich bei verbesserungswürdigen Kommentaren auf Aspekte, die Sie bestärken können, anstatt nur die negativen Aspekte zu tadeln.

2

Profitieren Sie davon, dass sich Ihre Community an Ihrem Verhalten orientiert.

Wenn Sie keine Präsenz in Kommentarbereichen zeigen, wird Ihre Community daraus schließen, dass Ihnen die Diskussionen nicht wichtig sind. Auch ein zu regulierendes Auftreten Ihrer Moderatorinnen und Moderatoren kann kontraproduktiv sein, da sich die Nutzer bevormundet fühlen und Reaktanz zeigen. Wenn Sie dagegen Empowerment-Moderation einsetzen, dienen Sie Ihrer Community als Vorbild für respektvolle, empathische, sachliche und integrative Kommunikation.

3

Legen Sie die Ziele Ihres Community-Managements fest und wenden Sie interaktives Empowerment entsprechend an.

Geht es Ihnen darum, das Vertrauen der Nutzerinnen und Nutzer in Ihre Marke zu stärken? Dann lohnt sich insbesondere der Einsatz des kognitiven Empowerment-Stils. Wollen Sie einen starken Zusammenhalt in der Community? Dann sollten Sie eine Kombination aus allen drei Empowerment-Stilen anwenden. Oder möchten Sie einen respektvollen und wertschätzenden Ton in den Diskussionen schaffen? Dann sind der affektive und der sozial-integrative Stil am besten geeignet. Je nach Ihren Zielen können Sie aber auch für unterschiedliche Themen und Diskussionen verschiedene Stile anwenden und bei Bedarf kombinieren. Bedenken Sie dabei, dass die Moderationsstile zu Ihrer Markenidentität passen sollten.

6
TAKE-
AWAYS

4

Stellen Sie Ressourcen für die Moderation zur Verfügung.

Interaktives Empowerment ist zunächst viel Arbeit. Neben ausreichenden personellen Ressourcen können insbesondere bei einem größeren Team Handreichungen helfen, die Bausteine und Best-Practice-Beispiele für Moderationskommentare enthalten. Dadurch können Moderationsentscheidungen schneller getroffen werden und die Moderation wirkt konsistenter. Auf längere Sicht kann Empowerment-Moderation aber auch eine Selbstregulierung der Community anregen. Das kann Ihre Arbeit erleichtern, weil Eskalationen im Keim erstickt werden und Sie dann vielleicht weniger löschen und „Schadensbegrenzung betreiben“ müssen.

5

Wagen Sie Experimente.

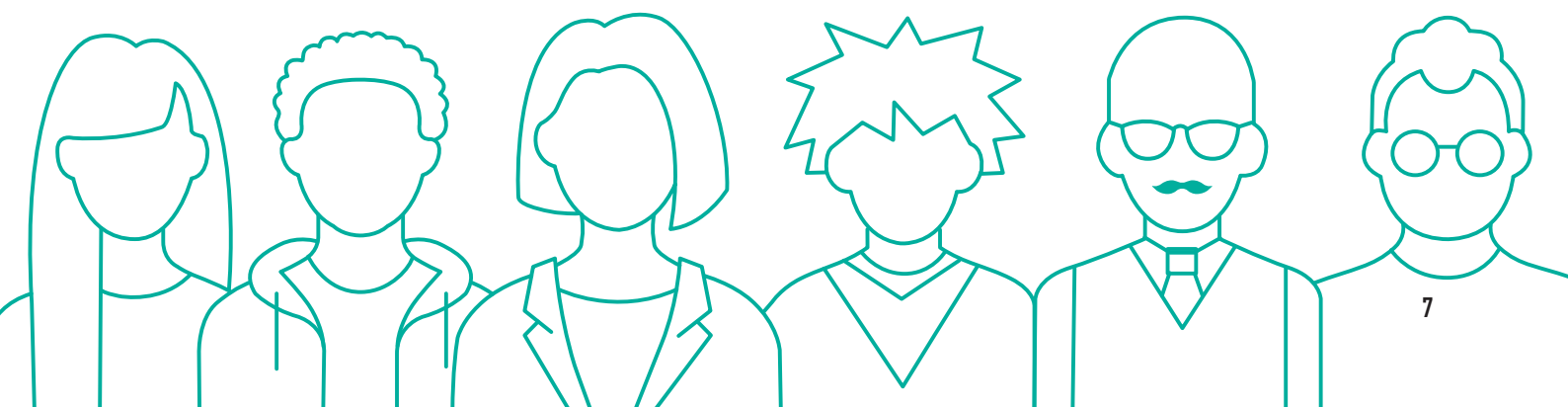
Vielleicht sind Sie sich noch nicht sicher, welcher Moderationsstil am besten zu Ihrer Marke passt. Oder Sie wollen etwas Neues wagen. Darin können wir Sie nur bestärken. Wenn Sie zum ersten Mal Empowerment-Moderation einsetzen, fahren Sie wahrscheinlich mit dem kognitiven Stil am sichersten. Danach können Sie sich an die anderen Stile „herantasten“. Der affektive und der sozial-integrative Stil mögen erst einmal ungewohnt für Sie sein, können sich aber lohnen. Tatsächlich waren einige Praxispartner in unserer Untersuchung zunächst skeptisch, dann aber überrascht von der positiven Resonanz ihrer Community.

6

Erwarten Sie keine Wunder.

Menschen und Communitys sind komplex. Es gibt keinen universellen Schalter, den man umlegen muss, um unzivilisierte Kommentarbereiche in konstruktive, respektvolle und sachliche Diskussionsräume zu verwandeln. Auch die Empowerment-Moderation kann dies nicht bewirken. Es wird also immer Situationen geben, in denen Diskussionen entgleisen und in denen Sie Ihre Kommentarbereiche am liebsten schließen würden. Lassen Sie sich davon nicht entmutigen, sondern denken Sie daran, dass wir bereits nach wenigen Wochen des Einsatzes von Empowerment-Moderation kleine Verbesserungen beobachtet haben und dass davon auszugehen ist, dass diese sich fortsetzen, wenn Sie dranbleiben.

6
TAKE-
AWAYS



AUSGANGSSITUATION: ONLINE-DISKUSSIONEN IN KOMMENTARBEREICHEN UND DIE NOTWENDIGKEIT VON MODERATION

Über 30 Prozent der deutschen Onlinerinnen und Onliner lesen regelmäßig Nutzerkommentare auf den Websites oder Social-Media-Seiten etablierter Medien. Knapp jeder Fünfte schreibt zumindest selten eigene Kommentare. Kommentarbereiche können für Bürgerinnen und Bürger ein demokratisches Forum für einen konstruktiven Meinungs austausch sein. Für Medienunternehmen sind gesunde und diskussionsfreudige Communitys ein **Wettbewerbsvorteil** auf dem umkämpften Nachrichtenmarkt. Doch die gesellschaftliche Debatte konzentriert sich auf Negativität und Hass in Kommentarbereichen: Im Fokus stehen Fragen nach der (gesetzlichen) Regulierung und nach unerwünschten Auswirkungen von Kommentaren auf die Meinungsbildung des Publikums und die Reputation von Medien. Tatsächlich haben Studien gezeigt, dass das Lesen von respektlosen und hasserfüllten Kommentaren zu einer Meinungspolarisierung führt, Vorurteile von Rezipientinnen und Rezipienten gegenüber sozialen Minderheiten verstärkt und negativ auf die Wahrnehmung der Qualität der zugehörigen journalistischen Beiträge und zum Teil der gesamten Medienmarke abfärbt.

Um diesen Effekten entgegenzuwirken, empfiehlt die Forschung Medien, ihre Kommentarbereiche **konsequent zu moderieren**. Moderieren bedeutet dabei zum einen, Kommentare freizugeben oder sie zu verbergen bzw. zu löschen – die sogenannte Content-Moderation. Zum anderen bedeutet Moderieren, dass Medienschaffende eigene Beiträge verfassen, dadurch auf Diskutierende eingehen und Präsenz in Kommentarbereichen zeigen – die sogenannte interaktive Moderation. Aktuelle Studien haben bislang vor allem den regulativen Einsatz beider Moderationsformen untersucht, also eine Moderation, die unangemessene, respektlose und hasserfüllte Beiträge löscht oder deren Verfasserinnen und Verfasser maßregelt. Untersuchungen zeigen, dass das Löschen von Hasskommentaren verhindern kann, dass Diskussionen zunehmend in eine destruktive Abwärtsspirale geraten. Zudem beteiligen sich Menschen an derart moderierten Diskussionen eher als an unmoderierten Diskussionen. Auch das Beantworten von unangemessenen Beiträgen durch Moderatorinnen und Moderatoren wirkt sich, ersten Studien zufolge, positiv auf das wahrgenommene Diskussionsklima und die Beteiligungsbereitschaft von Nutzenden aus.

Der regulative Einsatz von Moderation ist deshalb ein wichtiger **Baustein auf dem Weg zu einer besseren Diskussionskultur**. Gleichzeitig vernachlässigt er die Kommentare, die bereits konstruktive Lösungsvorschläge, Argumente, Zusatzwissen oder persönliche Erfahrungen der Kommentierenden beinhalten.

Über **30 %** der deutschen Onlinerinnen und Onliner lesen regelmäßig Nutzerkommentare auf den Websites oder Social-Media-Seiten etablierter Medien.

Das **LÖSCHEN VON HASSKOMMENTAREN** kann verhindern, dass Diskussionen zunehmend in eine destruktive Abwärtsspirale geraten.

Studien zufolge stellen diese Kommentare mitunter die Mehrheit der Beiträge in Online-Diskussionen unter Medienbeiträgen dar; sie gehen lediglich in den oftmals „lauteren“ destruktiven Beiträgen unter. Erhalten die Verfasserinnen und Verfasser von konstruktiven Beiträgen positives Feedback, kann sie dies bestärken, in Zukunft weiterhin solche Beiträge zu schreiben. Zudem zeigen erste Studien, dass sich andere Menschen an diesen konstruktiven Beiträgen orientieren, wenn sie selbst kommentieren. Bislang bietet die Forschung Medien-schaffenden aber keine Handlungsempfehlungen, wie sie Moderation einsetzen können, um wünschenswerte Beiträge zu unterstützen, die Eigenverantwortung von Nutzerinnen und Nutzern zu stärken und sie zu motivieren, konstruktive und sachliche Kommentare zu schreiben. Auch ist bislang unbekannt, ob Medien vom Einsatz einer solchen Moderationsstrategie unmittelbar profitieren können, zum Beispiel dadurch, dass Nutzende sie besser bewerten und sie gegenüber anderen Medien bevorzugen.

An dieser Ausgangssituation setzt die vorliegende Studie an. In einer groß angelegten Untersuchung haben wir analysiert, wie sich interaktives Empowerment auf die Wahrnehmung der Qualität von Online-Diskussionen durch Nutzende von Medienseiten auf Facebook und auf ihre Bewertung der moderierenden Redaktionen auswirkt. **Interaktives Empowerment** ist eine Form der interaktiven Moderation. Es findet statt, wenn professionelle Journalistinnen und Journalisten oder Community-Managerinnen und Manager aktiv-dialogisch in Diskussionen eingreifen. Interaktives Empowerment fokussiert dabei nicht, wie regulative Formen der Moderation, auf die direkte Vermeidung und Sanktionierung von unangemessenen oder regelwidrigen Kommentaren. Stattdessen betont es Gemeinsamkeiten zwischen den Diskutierenden, weist auf Stärken von Beiträgen hin, bietet Orientierung und Zusatzinformationen und schafft Vertrauen. Unser Konzept des interaktiven Empowerments fußt dabei auf theoretischen Ansätzen der Empowerment-Forschung und der sozialen Unterstützung, ist aber gleichzeitig hochgradig praxisbezogen und kann Medien durch das einfache, aber **effektive KASI-Prinzip helfen, stärker auf die Bedürfnisse** ihrer Community in Kommentarbereichen einzugehen.

Unserer Analyse liegt ein groß angelegtes Feldexperiment zugrunde, das in Kooperation mit den Redaktionen der Sendungen *Hart aber fair*, *RTL Aktuell*, *WDR Lokalzeit Ruhr* und *ZDFheute* im Herbst und Winter des Jahres 2020 durchgeführt wurde. Über einen sechswöchigen Zeitraum haben die Redaktionen in ihren Kommentarbereichen auf Facebook verschiedene Stile der Empowerment-Moderation eingesetzt. Bereits vor dem Einsatz dieser Moderation und parallel dazu haben wir die Nutzenden jeder Sendung jeweils viermal befragt, wie sie die Qualität der Diskussionen in den Kommentarbereichen, die Moderation der Redaktionen und den Zusammenhalt in der Community bewerten und wie positiv und loyal sie der Facebook-Seite der Sendung gegenüber eingestellt sind. Dadurch können wir präzise bestimmen, wie interaktives Empowerment die Wahrnehmung der Nutzenden im Vergleich zu einem Zeitraum verändert, in dem keine Empowerment-Moderation stattfand. Insgesamt haben wir 4.380 Nutzende befragt.

Im folgenden Kapitel beschreiben wir zunächst Schritt für Schritt die Grundlagen und die Anwendung von interaktivem Empowerment. Im Anschluss geben wir einen Überblick über das Design unserer wissenschaftlichen Untersuchung und präsentieren schließlich die Kernergebnisse.

INTERAKTIVES EMPOWERMENT

betont Gemeinsamkeiten
zwischen Diskutierenden,
bietet Orientierung und
schafft Vertrauen.

INTERAKTIVES EMPOWERMENT

ist eine Form der interaktiven Moderation.
Es findet statt, wenn professionelle Journalistinnen und Journalisten oder Community-Managerinnen und Manager aktiv-dialogisch in Diskussionen eingreifen.



EMPOWER... WAS? GRUNDLAGEN DER EMPOWERMENT-MODERATION

Im Community-Management vieler Redaktionen etablierter Medien liegt der Fokus auf unerwünschten Kommentaren. Wenn außer Content-Moderation – also dem Löschen oder Verbergen von unangemessenen Beiträgen – überhaupt interaktive Moderation eingesetzt wird, besteht diese häufig aus Ermahnungen und Verweisen auf die Netiquette. Dabei gerät oft in Vergessenheit, dass es in jeder Online-Diskussion auch **respektvolle, konstruktive und bereichernde Kommentare** gibt und Menschen, die sich für eine gute Diskussionskultur einsetzen.

Hier setzt Empowerment-Moderation an: Statt normverletzende Kommentare zu beantworten und ihnen dadurch noch mehr Aufmerksamkeit zu schenken, fokussiert Empowerment-Moderation auf wünschenswerte und bereichernde Kommentare. Ihr Prinzip ist es, Nutzerinnen und Nutzer zu motivieren und zu unterstützen, konstruktiv und respektvoll zu diskutieren. Das Konzept des Empowerments kommt ursprünglich aus den Forschungsbereichen der Gemeindepsychologie und der sozialen Arbeit. Die Idee: In einem selbstbestimmten Lernprozess werden Menschen **Orientierung und Ressourcen** vermittelt, damit sie ihre Ziele eigenständig erreichen können. Im Fall von Kommentarbereichen können sich diese Orientierung und Ressourcen zum Beispiel auf das Ziel beziehen, eine respektvolle und konstruktive Diskussion zu führen. Außerdem soll Empowerment „Hilfe zur Selbsthilfe“ leisten und eine Selbstregulierung innerhalb der Community anstoßen. Das heißt: Die Community wird bei etwaigen Normverstößen selbstständig aktiv und greift ein, zum Beispiel in Form von Gegenrede. Dabei nutzt Empowerment-Moderation die potenzielle Vorbildfunktion von Moderierenden: In der Psychologie zeigt sich nämlich, dass Menschen Verhalten oftmals imitieren, wenn es von statushöheren Individuen vorgelebt wird und wenn sie das Gefühl haben, dass es sich für sie lohnt, dieses Verhalten anzuwenden.

Interaktives Empowerment erfordert, dass sich Moderatorinnen und Moderatoren aktiv und mit eigenen Beiträgen in Diskussionen im Kommentarbereich einbringen. Dabei können sie sowohl auf eigene Initiative hin Kommentare schreiben (vor allem sogenannte Eröffnungskommentare) als auch auf Kommentare von Nutzerinnen und Nutzern antworten. Auf einer übergeordneten Ebene soll Empowerment-Moderation anderen als **Strukturgeber, Vorbild und als offenes Ohr** dienen.

Abbildung 1 (siehe nächste Seite) gibt einen Überblick über diese Elemente der Rolle von Moderatorinnen und Moderatoren in der Empowerment-Moderation.

EMPOWERMENT- MODERATION

fokussiert auf wünschenswerte und bereichernde Kommentare. Ihr Prinzip ist es, Nutzende zu motivieren und zu unterstützen, konstruktiv und respektvoll zu diskutieren.

Abbildung 1: Elemente der Rolle von Moderatorinnen und Moderatoren in der Empowerment-Moderation

STRUKTURGEBER

Definiert **Thema** und **Ziele** der Diskussion, **ordnet ein**, **motiviert** zum Diskurs, **bietet** Nutzenden **Bezugsrahmen** und **Orientierung**, lädt weitere Nutzende zum Kommentieren ein

VORBILD

Geht auf **Bedürfnisse** von Nutzenden ein, spendet **Anerkennung**, greift **positive Diskursbeispiele** heraus, beteiligt sich selbst mit **respektvollen, konstruktiven und empathischen Kommentaren**

OFFENES OHR

Zeigt Präsenz und **Aufmerksamkeit** gegenüber Kommentaren und ihren Verfasserinnen und Verfassern, ist sichtbar und ansprechbar, **interagiert auf Augenhöhe**, nimmt Anregungen und Kritik ernst

Als **Strukturgeber** üben Moderierende eine ähnliche Funktion aus wie Gastgeber von politischen Talkshows. Sie bieten den Diskutierenden und Zuhörenden Orientierung, indem sie die Regeln der Diskussionen transparent kommunizieren und die Debatte strukturieren. Dazu gehören Zusatz- und Hintergrundinformationen zu den debattierten Themen, aber auch Erklärungen, wie journalistische Arbeit funktioniert. Moderatorinnen und Moderatoren können zudem die Ziele der Diskussion benennen, Fragen stellen und auf bestimmte Schwerpunkte hinweisen. Dabei können sie die Diskussion unter einem Beitrag mit einem Eröffnungskommentar beginnen und so auch den Grundton und die Richtung für die Diskussion setzen.

Um der Community als **Vorbild** zu dienen, ist es zentral, dass Moderierende die Kommunikation, die sie sich von ihrer Community wünschen, selbst vorleben. Das geschieht zum Beispiel, wenn Moderierende ihre Aussagen selbst mit Argumenten stützen, Gefühle von Kommentierenden anerkennen sowie respektvoll und nicht herablassend oder überheblich kommunizieren. In der Empowerment-Moderation steht Unterstützung im Fokus, es sollen positive Aspekte hervorgehoben statt schlechte sanktioniert werden. Dabei ist Empowerment nicht automatisch mit Lob gleichzusetzen. Nutzerinnen und Nutzer können zum Beispiel auch empowert werden, indem Fragen beantwortet oder Nachfragen gestellt werden und indem Kritik oder Sorgen ernst genommen werden.

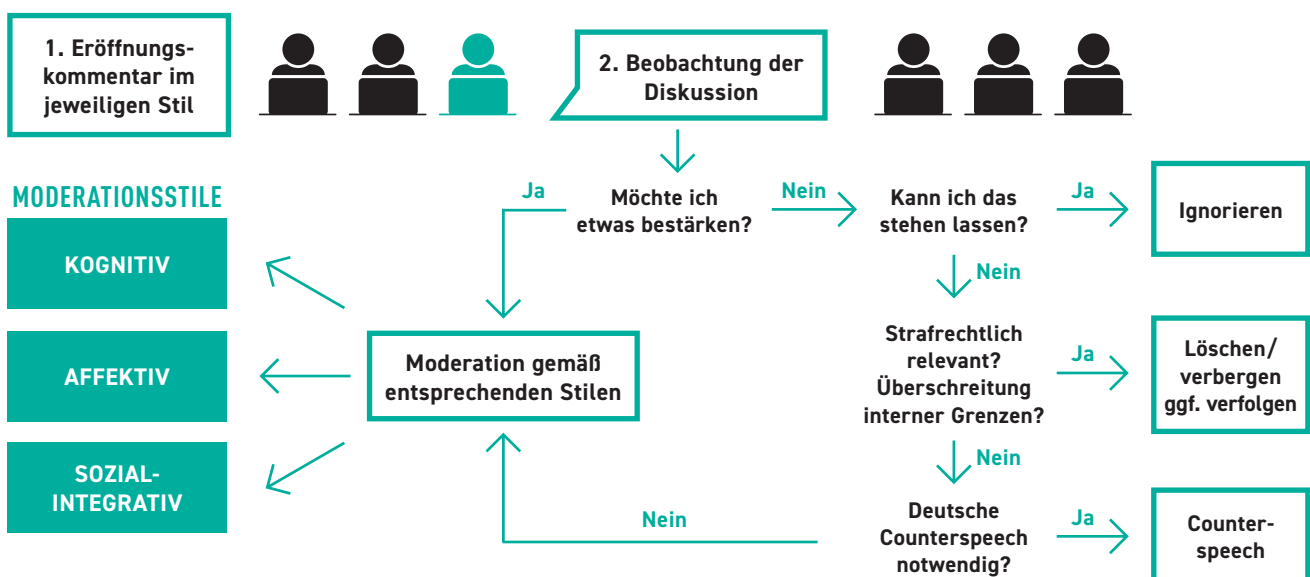
Damit Nutzende das Gefühl haben, dass Empowerment-Moderation ihnen ein **offenes Ohr** bietet, ist die Sichtbarkeit der Community-Manager zentral. Sie zeigen Präsenz und Interesse, hören den Nutzerinnen und Nutzern aktiv zu und sind ansprechbar. So wird den Nutzenden das Gefühl gegeben, dass jemand anwesend ist, der „aufpasst“ und ihre Bedürfnisse ernst nimmt. Dabei gehen die Moderatorinnen und Moderatoren wertschätzend und respektvoll mit Beiträgen der Nutzenden um, nehmen Feedback und Anregungen ernst und agieren auf Augenhöhe. Der Ton der Moderation ist nicht belehrend und auf verletzenden Humor, Sarkasmus oder Spott sollte verzichtet werden. Moderierende sollten zum Beispiel nicht auf Rechtschreib- oder Grammatikfehlern „herumreiten“. Studien haben gezeigt, dass ein spöttischer oder sarkastischer Moderationsstil oft als arrogant wahrgenommen wird und inzivile Diskussionen noch weiter befeuern kann.

WELCHE KOMMENTARE SOLL ICH MODERIEREN? AUSWAHLPROZESS IN DER EMPOWERMENT-MODERATION

Im Community-Management sind personelle und zeitliche Ressourcen knapp. Umso wichtiger ist die Auswahl der Kommentare, die moderiert werden. In der Empowerment-Moderation liegt der Fokus auf Kommentaren, die bestärkt werden sollen. Dabei ist es nicht entscheidend, so viele Kommentare wie möglich zu moderieren. Es reicht, auf einzelne Kommentare einzugehen, die stellvertretend für viele stehen oder besonders hervorgehoben werden sollen, um Präsenz zu zeigen. Aus der Forschung ist bekannt, dass sich Nutzerinnen und Nutzer auch dann bestärkt fühlen, wenn die Kommentare von anderen und nicht die eigenen unterstützt und wertgeschätzt werden. Zusätzlich ist es wichtig, dass Redaktionen früh Präsenz in Diskussionen zeigen. Dies kann in der Empowerment-Moderation über sogenannte Eröffnungskommentare geschehen.

Abbildung 2 zeigt schematisch, wie der Prozess der Moderationsentscheidung in der Empowerment-Moderation im Idealfall aussieht.

Abbildung 2: Entscheidungshilfe für den Auswahlprozess im interaktiven Empowerment



Eröffnungskommentar

Die Moderierenden beginnen die Diskussion möglichst kurz nach Veröffentlichung des Posts mit einem Eröffnungskommentar, der den **Grundton für die Diskussion** setzt und ihre **Zielsetzung** vorgibt. Je nach Thema des Posts und Zielsetzung der Diskussion kann das KASI-Prinzip eingesetzt werden, das wir im nächsten Kapitel erläutern. Es können zum Beispiel direkt am Anfang Zusatz- oder Hintergrundinformationen zum Thema geliefert werden. Bei Themen, die viele Menschen betreffen, können Moderierende nach persönlichen Erfahrungen der Nutzenden fragen. Beispiele für Eröffnungskommentare in den jeweiligen Stilen sind im nächsten Kapitel aufgeführt.

Unterstützenswerte Kommentare

Nach dem Eröffnungskommentar beobachten die Community-Managerinnen und -Manager die Diskussion und wählen Kommentare aus, auf die sie eingehen wollen. Für interaktives Empowerment werden vorrangig Kommentare und Diskussionsstränge ausgewählt, in denen die Moderierenden **etwas bestärken möchten**. Dabei können zum einen „gute“ Kommentare ausgewählt werden. Die Definition von „gut“ legen Redaktionen individuell fest. Orientierung können Studien zur politischen Kommunikation geben, in denen Qualitätskriterien der sogenannten Deliberationsforschung herangezogen werden. Demnach gelten Beiträge als qualitativ hochwertig, wenn sie rational, konstruktiv, respektvoll und dialogorientiert sind. Auch positive Emotionen, persönliche Erfahrungen und Bezugnahmen auf andere Nutzende können hochwertige Kommentare auszeichnen.

Neben „guten“ Kommentaren können Moderierende **verbesserungswürdige Kommentare** auswählen, denn auch diese Kommentare enthalten oftmals unterstützenswerte Aspekte. Eine US-amerikanische Studie fand zum Beispiel heraus, dass viele Kommentare, die in einem unangemessenen Ton geschrieben waren, dennoch rationale Argumente beinhalteten. Auf diese unterstützenswerten Aspekte können Moderierende eingehen, wobei sie die nicht unterstützenswerten Aspekte in einem ersten Schritt am besten gar nicht erwähnen, um ein „Belehren“ der Verfasserinnen und Verfasser von Kommentaren zu vermeiden.

Enthält ein Kommentar oder eine Folge von Kommentaren unterstützenswerte Aspekte, werden sie in den **jeweiligen Empowerment-Stilen** moderiert. Welcher Stil angewendet wird, hängt sowohl von der Beschaffenheit der Kommentare als auch von der Zielsetzung der Redaktionen ab. Sie können zum Beispiel Fragen beantworten, auf Gefühle und Sorgen der Nutzenden eingehen oder einen guten Austausch zwischen ihnen hervorheben.

Für interaktives Empowerment werden vorrangig Kommentare und Diskussionsstränge ausgewählt, in denen die Moderierenden

**ETWAS
BESTÄRKEN**
möchten.

Normverletzende und interventionsbedürftige Kommentare

Enthält ein Kommentar keine unterstützenswerten Aspekte, sollten sich die Community-Manager zunächst die Frage stellen, ob der Kommentar **unwidersprochen stehen bleiben** kann. Ist die Antwort ja, wird der Kommentar ignoriert. Vielleicht enthält der Kommentar nur eine unbequeme Kritik, ist argumentativ nicht überzeugend oder unangemessen im Sprachgebrauch, aber nicht mit dem Ziel geschrieben, bewusst Normen zu verletzen.

Der Fokus auf unterstützenswerte Kommentare bedeutet allerdings nicht, dass auch unangemessene und normverletzende Kommentare grundsätzlich ignoriert werden. Kann der Kommentar nicht so stehen bleiben, ist zu prüfen, ob er **strafrechtlich relevant ist oder interne Grenzen überschreitet** – letztere sind in vielen Redaktionen in einer Netiquette und in Moderationshandbüchern festgehalten. Ist das der Fall, wird der Kommentar gelöscht oder verborgen und der Nutzer bzw. die Nutzerin wird ggf. bei wiederholtem Fehlverhalten blockiert.

Häufig kommt es auch vor, dass ein Kommentar nicht eindeutig genug gegen die Netiquette verstößt, um gelöscht oder verborgen zu werden. Dennoch kann er nach Einschätzung der Moderierenden nicht unwidersprochen stehen bleiben. Dann stellt sich die Frage, ob deutliche Gegenrede notwendig ist. Das kann der Fall sein, wenn ein Kommentar subtile Beleidigungen oder Diskriminierungen enthält. Auch Falschinformationen sollten möglichst korrigiert werden, um zu verhindern, dass Lesende der Diskussionen von diesen Falschinformationen beeinflusst werden. Wird **deutliche Gegenrede** eingesetzt, kann die Redaktion diese

**DEUTLICHE
GEGENREDE**

ist notwendig, wenn ein Kommentar subtile Beleidigungen oder Diskriminierungen enthält.

unabhängig von den Empowerment-Stilen formulieren und dadurch „klare Kante zeigen“, um die Community zu schützen. Denn auch der Schutz der eigenen Community vor normverletzenden Kommentaren und organisierten Aktionen ist eine Form von Empowerment.

Wenn es nicht eindeutig ist, ob sofort hart dagegegenghalten werden muss, kann es sich lohnen, zunächst abzuwarten, ob **Gegenrede aus der Community** kommt. Diese kann dann mit bestärkenden Kommentaren unterstützt werden. Kommt keine Gegenrede, kann zunächst eine mildere Intervention gemäß den Empowerment-Stilen erfolgen. Vielleicht ist die Person bisher nicht mit normverletzenden Kommentaren aufgefallen oder hat im Affekt gehandelt, sodass sie durch eine konstruktive und einfühlsame Moderation vielleicht noch „eingefangen“ werden kann. Moderierende können zum Beispiel Nachfragen stellen („Wie genau meinst du das?“), empathisch auf negative Gefühle wie Wut oder Frust eingehen („Wir können deine Wut verstehen, aber ...“) oder Gemeinsamkeiten betonen („Das fällt sicher vielen anderen hier auch nicht leicht, aber ...“). Funktioniert dies nicht, kann anschließend mit deutlicher Gegenrede reagiert werden.

(„Wie genau meinst du das?“) Nachfragen stellen

(„Wir können deine Wut verstehen, aber ...“) empathisch auf negative Gefühle eingehen

(„Das fällt sicher vielen anderen hier auch nicht leicht, aber ...“) Gemeinsamkeiten betonen



WIE MODERIERE ICH? STILE DER EMPOWERMENT-MODERATION

Wie kann Empowerment-Moderation nun konkret aussehen? Basierend auf dem sozialwissenschaftlichen Nutzen-und-Belohnungs-Ansatz gehen wir davon aus, dass Menschen, die in Kommentarspalten unterwegs sind, **zielgerichtet bestimmte Bedürfnisse befriedigen** wollen. Nutzerinnen und Nutzer wollen sich zum Beispiel informieren, die eigene Meinung äußern, aber zuweilen auch etwas Neues lernen oder ihre Meinungsbildung unterstützen. Sie wollen Gefühle verarbeiten, einfach einmal Dampf ablassen oder auch Spaß und Unterhaltung erleben. Schließlich wollen sie sich mit anderen austauschen, Anerkennung erhalten und sich womöglich als Teil einer Gemeinschaft fühlen.

Empowerment-Moderation macht sich diese Bedürfnisse zunutze und adressiert sie unter Zuhilfenahme von Erkenntnissen aus der **Forschung zu sozialer Unterstützung**, einem Konzept aus der Sozialpsychologie. Das Konzept unterscheidet drei Formen der Unterstützung, die sich für Online-Diskussionen eignen: Information Support, Emotional bzw. Esteem Support und Companionship Support. Auf dieser Basis haben wir das KASI-Prinzip entwickelt. Es beinhaltet drei Moderationsstile, die jeweils die Grundlagen der Rolle von Moderierenden in der Empowerment-Moderation berücksichtigen (siehe voriger Abschnitt) und dabei auf unterschiedliche Bedürfnisse der Nutzerinnen und Nutzer von Online-Diskussionen ausgerichtet sind. Die Stile, die in Abbildung 3 überblicksartig dargestellt sind, nennen wir den kognitiv-informationsorientierten Stil (K, kurz kognitiver Stil), den affektiv-emotionsorientierten Stil (A, kurz affektiver Stil) und den sozial-integrativen Stil (SI).

Drei Formen der Unterstützung, die sich für Online-Diskussionen eignen, sind:

**INFORMATIONAL
SUPPORT, EMOTIONAL/
ESTEEM SUPPORT** und
**COMPANIONSHIP
SUPPORT.**

Abbildung 3: Interaktives Empowerment nach dem KASI-Prinzip



Die Grundlagen der Empowerment-Moderation und der Prozess zur Auswahl der zu moderierenden Kommentare, die in den beiden vorangegangenen Abschnitten beschrieben wurden, gelten für alle drei Stile. Im Prinzip könnten alle Stile für alle Arten von Kommentaren angewendet werden, es gibt aber natürlich Kommentare und Themen, für die sich ein Stil besser eignet als andere. Komplexe Themen oder eine unsichere Themenlage erfordern zum Beispiel eher zusätzliche Informationen und inhaltliche Einordnungen, während aufwühlende und emotionale Themen, die viele Menschen betreffen, sich eher für den affektiven Stil

eigenen. Wenn Kommentierende sich gerade „gut unterhalten“ und eher auf einer informellen Ebene unterwegs sind, kann es auch kontraproduktiv sein, sich mit „harten Fakten“ einzuschalten und so die Diskussionsatmosphäre zu stören.

KOGNITIVER STIL

Ziele: Informationen und Wissen vermitteln, kritisches Nachdenken fördern, sachliche Diskussionsatmosphäre schaffen

Beschreibung: Der kognitiv-informationsorientierte Stil basiert auf der Dimension des Informational Supports der sozialen Unterstützung. Ziele dieses Stils sind es, Nutzenden Informationen und Wissen zur Verfügung zu stellen, kritisches Nachdenken zu fördern und dadurch eine sachliche Diskussionsatmosphäre zu schaffen. Die Moderatorinnen und Moderatoren liefern **Zusatzinformationen**, indem sie zum Beispiel Eröffnungskommentare schreiben, die weitere Informationen oder Links zu weiterführenden Beiträgen zum Thema enthalten. Außerdem beantworten sie direkte und indirekte **Fragen** der Nutzenden, stellen aber auch selbst Fragen an die Community oder an einzelne Mitglieder. Es kann zum Beispiel nach Lösungsvorschlägen („Wo kann man Ihrer Meinung nach da ansetzen?“), Meinungen und Argumenten gefragt werden. Oder Moderierende stellen Nachfragen, um die Kommentierenden zum Nachdenken anzuregen („Wie genau meinen Sie das?“).

Um die Nutzerinnen und Nutzer kognitiv zu empoweren, können Moderierende darüber hinaus **komplizierte Sachverhalte herunterbrechen**, Standpunkte aus der Diskussion **zusammenfassen** und so das Verständnis fördern. Sie können **zusätzliche Argumente** in die Diskussion einbringen, um die Diskussion auszugleichen (z. B. „Die Gegenseite führt folgende Argumente an ...“), und sie können ggf. berechnete Gegenrede argumentativ unterstützen. Im Hinblick auf die Vorbildfunktion der Moderierenden sollte beim kognitiven Stil besonders darauf geachtet werden, die eigenen Aussagen zu begründen. Außerdem können Moderierende Orientierung bieten, indem sie erläutern, wie die Diskussionen ablaufen sollen und welche Regeln gelten. Dabei kann auch auf die Netiquette verwiesen werden, dies sollte allerdings positiv formuliert sein, zum Beispiel indem die Regeln erläutert werden und verdeutlicht wird, dass diese in erster Linie für die Nutzenden da sind. Auch Erklärungen, wie journalistische Arbeit und Community-Management funktionieren, gehören zum kognitiven Stil.

Schließlich versucht der kognitive Stil, durch das **Einholen von Expertise** aus der Community den inhaltlichen Mehrwert der Diskussionen zu fördern. Diese Expertise geht häufig über die Informationen im Beitrag hinaus und kann durch Fragen und unterstützende Moderation gefördert werden. Außerdem können Ratschläge gegeben und die Nutzerinnen und Nutzer selbst dazu angeregt werden („Was würden Sie anderen Betroffenen raten?“). Emoticons sollten beim kognitiven Stil eher sparsam eingesetzt werden.

Insgesamt soll der kognitive Stil durch zusätzliche Informationen, Argumente und Perspektiven, aber auch durch Nachfragen und das Einholen von Expertise einen inhaltlichen Mehrwert in Online-Diskussionen fördern. Moderierende sollen ihrer Community vorleben und ihr verdeutlichen, dass kritische Nachfragen, unterschiedlichste Argumente und verschiedene Expertisen gewünscht sind und dass Menschen anwesend sind, denen die Informationen, die Nutzende in Kommentaren geben, wichtig sind und die sich für detaillierte Ausführungen und Schilderungen interessieren.



MODERIERENDE

können Orientierung bieten, indem sie erläutern, wie die Diskussionen ablaufen sollen und welche Regeln gelten.

BEISPIELE AUS DER FELDPHASE

Eröffnungskommentare

Hier ist der angesprochene Artikel: [\[Link zu einem anderen Beitrag des Medienpartners\]](#)

Stellt uns eure Fragen gerne hier in den Kommentaren!

Liebe Nutzerinnen und Nutzer, was sind Ihre Meinungen zur gestrigen Diskussion? Was denken Sie sind die besten Lösungen im Kampf gegen die Klimakrise? Wir freuen uns auf eine konstruktive Diskussion zu dem Thema!

Hier findet ihr auch noch die neusten Infos zu den Reparaturarbeiten auf der Strecke:
[\[Link zu einem anderen Beitrag des Medienpartners\]](#)

KOGNITIV

Antwortkommentare

Hallo **[Nutzer]**! Meinst du damit, dass in der Grippezeit sonst auch nicht solche Maßnahmen getroffen wurden?

[Nutzerin] Ja, so ist die Ausrichtung des Projekts. Es richtet sich nach eigener Aussage an Kinder, deren „Eltern nicht studiert haben und die ihre Kinder nicht immer im Hinblick auf schulische Belange oder in Bezug auf die Berufs- oder Studienorientierung unterstützen können.

[Nutzerin] Super, dass die Lehrer euch trotz allem gut vorbereiten. Warum klappt bei euch das Homeschooling nicht so gut? Liegt es an der technischen Ausstattung?

KOGNITIV

AFFEKTIVER STIL

Ziele: Unterhaltung bieten, Emotionen Raum geben, Gefühle anerkennen, Empathie fördern, Selbstwertgefühl der Nutzenden steigern

Beschreibung: Der affektiv-emotionsorientierte Stil basiert auf Emotional bzw. Esteem Support. Anders als beim kognitiv-informationsorientierten Stil stehen hier Gefühle, Empathie, persönliche Erfahrungen und Empfindungen sowie das Selbstwertgefühl der Nutzerinnen und Nutzer im Vordergrund. Die Community-Manager sollen positive und negative **Gefühle der Nutzenden anerkennen** sowie Verständnis und Empathie zeigen (z. B. „Das können wir gut verstehen“, „Das war bestimmt nicht einfach für Sie“). Wichtig ist, dass diese Äußerungen nicht künstlich, sondern authentisch wirken. Es lohnt sich daher beim Einsatz dieses Stils besonders, wenn Community-Manager versuchen, sich ehrlich in die Kommentierenden hineinzusetzen und zu überlegen, aus welcher Situation heraus die Kommentare geschrieben wurden.



Im affektiven Stil motivieren Moderatorinnen und Moderatoren Nutzende, **Gefühle auszudrücken** (z. B. „Wie geht es euch mit den Maßnahmen?“). Im Gegensatz zum sozial-integrativen Stil liegt dabei der Fokus auf den Emotionen einzelner Nutzenden, nicht auf der „Grundstimmung“ in der Community. Die Moderierenden können auch selbst Gefühle äußern (z. B. „Das freut uns!“). Sie bringen den Nutzenden explizite **Wertschätzung und Anteilnahme** entgegen, um ihr Selbstwertgefühl zu steigern und sie zu motivieren, sich weiterhin zu beteiligen. Im Gegensatz zum kognitiven Stil kann den Nutzenden auch reine Wertschätzung ohne expliziten Bezug auf inhaltliche Aspekte des Kommentars entgegengebracht werden (z. B. „Danke für Ihren Kommentar!“, „Das ist großartig!“). Noch mehr als bei den anderen Stilen sollten Moderationskommentare möglichst positiv formuliert sein (z. B. „Bleibt bitte respektvoll“ statt „Unterlasst Beleidigungen“).

Ein weiterer wichtiger Aspekt des affektiven Stils sind **persönliche Erfahrungen und Geschichten** der Nutzerinnen und Nutzer. Die Moderierenden ermutigen die Kommentierenden, diese zu teilen, zum Beispiel durch gezielte Nachfragen („Wie war das für Sie?“, „Welche Erfahrungen habt ihr gemacht?“). Im Gegensatz zum kognitiven Stil geht es dabei nicht um Expertise, sondern um persönliche und emotionale Erfahrungen.

Beim affektiven Stil kann schließlich auch, wenn es thematisch passt, **erleichtern-der Humor** eingesetzt werden, um die Nutzenden zu unterhalten, zum Beispiel in Form von „Fun Facts“, GIFs oder Bildern. Auch Emoticons können hier verstärkt eingesetzt werden, um Gefühle oder Wertschätzung auszudrücken (z. B. <3). Zusammengefasst soll durch den affektiven Stil das Selbstwertgefühl der Nutzenden gesteigert werden, damit sie motiviert und emotional bereit sind, bereichernde Kommentare und persönliche Geschichten zu schreiben. Außerdem sollen sie sich mit ihren Emotionen und Sorgen ernst genommen und verstanden fühlen, auch, wenn sie sich vielleicht nicht so eloquent ausdrücken können wie die Community-Manager oder andere Nutzende. So sollen auch Menschen aktiviert werden, die sich sonst nicht trauen, sich zu beteiligen. Außerdem soll die affektive Moderation in ihrer Vorbildfunktion einen empathischen und wertschätzenden Umgang der Nutzenden untereinander fördern, der auch durchaus humorvoll sein kann.

Durch den affektiven Stil soll das **SELBSTWERT-GEFÜHL** der Nutzenden gesteigert werden, damit sie motiviert und emotional bereit sind, bereichernde Kommentare und persönliche Geschichten zu schreiben.

BEISPIELE AUS DER FELDPHASE

Eröffnungskommentare

Liebe Nutzer, wir freuen uns sehr über Ihre Beteiligung an dieser Diskussion und sind gespannt darauf, mehr über Ihre persönliche Sicht auf diese Wahlen zu erfahren. :-)

Vielleicht haben Sie ja sogar Familie und Freunde dort oder haben selbst in den USA gelebt? Haben Sie das Gefühl, dass die Entwicklungen in den USA und die Präsidentschaftswahlen für Sie persönlich wichtig sind?

Wie versüßt ihr euch den Lockdown-Herbst?

Könnt ihr das nachvollziehen, liebe Community? Würdet ihr auch die Chance nutzen, im Ausland zu shoppen? Wir sind gespannt auf eure Einschätzung.

AFFEKTIV

Antwortkommentare

Wir können verstehen, wenn dir das Angst macht. Die Unis haben sich aber ein Hygienekonzept ausgedacht!

Danke, dass Sie Ihre persönlichen Erfahrungen hier teilen – auch wenn es natürlich keine guten waren. Haben Sie denn das Gefühl, dass das Rassismus-Problem seit damals noch zugenommen hat?

Es freut uns, dass Sie die Sendung gestern gerne verfolgt haben. :-) Und ja, es wird spannend!

AFFEKTIV

SOZIAL-INTEGRATIVER STIL

Ziele: respektvollen Dialog und Austausch unter den Nutzenden stimulieren, Community-Identität fördern, Zusammenhalt stärken

SI

Beschreibung: Der sozial-integrative Stil basiert auf dem Konzept des Companionship Supports, bei dem es vor allem um ein Gefühl der sozialen Zugehörigkeit geht. Bei diesem Stil steht zum einen der interaktive Austausch der Community im Vordergrund: Statt einer Aneinanderreihung von einzelnen Statements und Meinungen ohne Bezug zueinander sollen Interaktionen und Austausch zwischen den Nutzerinnen und Nutzern gefördert werden. Moderatorinnen und Moderatoren **reglen Gespräche und Diskussionen** an und motivieren Nutzende dazu, sich über ihre Geschichten, Erfahrungen und Positionen auszutauschen. Zum Beispiel können Moderierende Nutzende, die sich zu ähnlichen Aspekten äußern, gezielt markieren und die Leute so miteinander ins Gespräch bringen oder bei Konflikten vermitteln. Wenn es bereits konstruktive Diskussionsstränge gibt, können diese gezielt hervorgehoben werden (z. B. „Wir freuen uns, dass ihr euch so gut versteht“).

Zum anderen strebt der sozial-integrative Stil an, die Identität und den Zusammenhalt in der Community (das „Wir-Gefühl“) zu stärken. Die Moderierenden geben den Nutzerinnen und Nutzern durch **gemeinschaftsbezogene Einordnungen** das Gefühl, „dazuzugehören“ und mit ihren Erfahrungen, Meinungen und Empfindungen nicht allein zu sein (z. B. „Das geht hier offenbar vielen so“). Dazu gehört auch, dass sich die Community-Manager als Teil dieser Community verstehen und sich noch mehr als bei den anderen Stilen auf **Augenhöhe** mit ihr begeben. Statt die Machtdistanz zwischen Moderierenden und Nutzenden hervorzuheben, werden **Gemeinsamkeiten und gemeinsame Werte** betont (z. B. „Wir im Westen“). Community-Manager kommunizieren dabei idealerweise nicht als anonymes Medium, sondern als Menschen, zum Beispiel, indem sie sich **vorstellen, Geschichten aus dem Redaktionsalltag** teilen und „aus dem Nähkästchen“ plaudern. Um das Bewusstsein zu stärken, dass hinter dem Redaktionsaccount auch Menschen sitzen, können Moderierende unter den eigenen (Vor-)Namen auftreten (z. B. „In der Frühschicht ist heute Anna aus der Redaktion für euch da“).

Der sozial-integrative Stil strebt an, die Identität und den Zusammenhalt in der Community **(DAS „WIR-GEFÜHL“)** zu stärken.

Schließlich sorgen die Moderatorinnen und Moderatoren mit dem sozial-integrativen Stil für eine angenehme Grundstimmung und eine positive Diskussionsatmosphäre, in der sich die Nutzenden wohlfühlen und gerne diskutieren. Dazu gehören auch dosiert eingesetzter **Smalltalk und Begrüßungen oder Verabschiedungen**

(z. B. „Einen schönen guten Morgen!“, „Sonnige Grüße aus Düsseldorf!“). Der sozial-integrative Stil ist insofern besonders anspruchsvoll, als Community-Manager hier nicht nur einzelne Kommentare, sondern die gesamte Diskussion (oder größere Teile davon) unter einem Post im Blick behalten müssen. Dafür bietet er aber auch viel Potenzial zur Stärkung der Community und des Gemeinschaftsgefühls.

Insgesamt stehen im sozial-integrativen Stil der Community-Gedanke und der interaktive Austausch der Nutzerinnen und Nutzer untereinander im Fokus. Es soll eine angenehme und gemeinschaftliche Grundstimmung in der Community geschaffen werden. Dafür fördern die Moderatorinnen und Moderatoren aktiv Gespräche, verbinden Nutzende miteinander und wertschätzen „gute Gespräche“ und ein respektvolles Miteinander. Außerdem fördern sie das Gemeinschaftsgefühl, indem sie gemeinsame Erfahrungen und Werte betonen und dafür sorgen, dass sich Nutzende mit ihren Erlebnissen und Gedanken nicht allein fühlen. Dazu gehört auch, dass sich die Moderierenden als Teil dieser Community verstehen und sich auf Augenhöhe mit ihren Mitgliedern begeben.

BEISPIELE AUS DER FELDPHASE

Eröffnungskommentare

Guten Morgen aus der Redaktion! Wir freuen uns auf einen spannenden Austausch und gute Gespräche zu unserer aktuellen Sendung.

Hallo liebe Community, hier ist wieder einmal **[Moderatorin]** im Dienst. Haben Sie diese Personen auch alle in Ihrer Liste? Bei mir sind tatsächlich fast alle dabei. Wer gehört denn noch so zu Ihren persönlichen Twitter-Stars? Ich freue mich auf eine konstruktive Diskussion. Beste Grüße **[Moderatorin]**

Guten Morgen aus Essen. Ich wünsche euch trotz allem einen guten Start in die Woche. Hier im Homeoffice gibt es übrigens kein Stauproblem, der Weg zur Kaffeemaschine ist frei ;-) aber ich drück euch den Daumen für eure Fahrt.

SOZIAL-INTEGRATIV

Antwortkommentare

Danke für Ihren positiven Appell an die Community. Und Sie haben recht, wir alle sind gefragt.

Liebe **[Nutzerin]**, da hat sich verständlicherweise viel Frust angehäuft. Gibt es hier in der Community noch weitere Lehrer? Haben Sie Tipps oder Erfahrungswerte, wie es an der Schule vielleicht besser klappen kann?

Hallo **[Nutzer]**, viele in der Community haben den gleichen Gedanken, so auch **[Nutzer]**. Welchen Begriff hätten Sie beide zum Wort des Jahres gekürt? **[Moderatorin]**

SOZIAL-INTEGRATIV

UNTERSUCHUNGSDESIGN

Das Feldexperiment

Um die Wirkung des interaktiven Empowerments und der verschiedenen Moderationsstile zu überprüfen, haben wir ein groß angelegtes Feldexperiment in Kooperation mit vier Redaktionen von Nachrichtensendungen und politischen Talkshows durchgeführt: *Hart aber fair*, *RTL Aktuell*, *WDR Lokalzeit Ruhr* und *ZDFheute*. Unter den Praxispartnern sind Redaktionen aus dem öffentlich-rechtlichen und dem privaten Rundfunk sowie Sendungen mit lokaler und überregionaler Ausrichtung vertreten. Außerdem unterscheiden sich die Praxispartner im Hinblick auf ihre Community-Größe (klein bis sehr groß), das Kommentaraufkommen auf ihren Facebook-Seiten (moderat bis hoch), den bisherigen Einsatz interaktiver Moderation (kein bis häufiger Einsatz) und die Größe ihres Community-Management-Teams (klein bis groß). Durch die Vielfalt der Praxispartner können wir vorläufige Aussagen über die Verallgemeinerbarkeit der Befunde zu den Wirkungen des interaktiven Empowerments treffen.

Gegenstand unserer Untersuchung sind die Facebook-Seiten der vier Praxispartner. Wir haben Facebook als Plattform gewählt, weil es laut der ARD/ZDF-Onlinestudie 2020 nach wie vor die in Mitgliederzahlen größte soziale Netzwerkplattform in Deutschland ist und weil alle vier Praxispartner der Moderation ihrer Facebook-Seiten eine hohe Bedeutung beimessen.

Der Zeitraum unserer Studie erstreckt sich von August bis Dezember 2020. Der Charakter als Feldexperiment ergibt sich dadurch, dass jeder Praxispartner die drei Empowerment-Stile in zufälliger Reihenfolge sechs Wochen lang anwendete – zwei Wochen pro Stil. Dabei wurde darauf geachtet, den Schwerpunkt der gesamten Moderation für jeweils zwei Wochen auf den jeweiligen Empowerment-Stil zu legen.

Nach intensiven Schulungen integrierten die Medienpartner die Empowerment-Moderation in den laufenden Moderationsbetrieb auf ihren Facebook-Seiten. Insgesamt wurden während der Feldphase von allen Redaktionen knapp 10.000 Moderationskommentare geschrieben. Abbildung 4 zeigt einige Beispiele aus der Umsetzung bei verschiedenen Medienpartnern sowie Reaktionen der Community.

Abbildung 4: Umsetzung der Empowerment-Moderation und Reaktionen in der Feldphase

KOGNITIVER STIL



Autor/in

ZDF heute ✓

Hallo **[Nutzer]**, da haben Sie recht, man kann die Entwicklung in Italien und Deutschland nicht 1 zu 1 vergleichen und Sie sprechen hier ein paar valide Unterschiede an. In Deutschland fanden zudem schon zu einem frühen Zeitpunkt großflächige Tests statt, wohingegen sich das Virus z. B. in Italien lange unerkannt ausbreiten konnte. Entscheidend ist ebenfalls, dass sich hier bisher eher jüngere Menschen infiziert haben, in Italien und Spanien dagegen die älteren, die ein größeres Sterberisiko haben. Das liegt z. B. daran, dass ältere Menschen in Italien besser in das Sozialleben integriert sind, was in der Regel natürlich eine gute Sache ist. Laut dem Epidemiologen Tobias Kurth führe dies allerdings nachvollziehbarerweise auch zu einer höheren Wahrscheinlichkeit, sich anzustecken.



Gefällt mir · Antworten · 8 Std.



[Nutzerin]

ZDF heute, schade, dass man Ihre Antwort nicht teilen kann

Gefällt mir · Antworten · 8 Std.

AFFEKTIVER STIL



Autor/-in

hart aber fair ✓

Die Bedenken sind nachvollziehbar, genau dafür gibt es aber auch klinische Prüfungen, ohne die ein Impfstoff nicht zugelassen werden darf. Wir wünschen Ihnen alles Gute für Ihre physische und psychische Gesundheit – versuchen Sie, optimistisch zu bleiben!



5

Gefällt mir · Antworten · 3 Std.



[Nutzer]

hart aber fair Vielen Dank für Ihre netten Worte



1

Gefällt mir · Antworten · 1 Std.



[Nutzerin]

Ob jetzt mehr oder weniger ist doch egal auch wenn die Mädchens lernen müssen mit Haushalt und Co für später mit kind und Haushalt unser Sohn wird mit im Haushalt eingebunden das er sein haushalt später auch machen kann und später seine Frau Familie zu helfen der soll kein pascha werden



9

Gefällt mir · Antworten · 4 Std.



Autor/-in

RTL Aktuell ✓

Freut uns, dass du eine so gleichberechtigte Meinung vertrittst.



1

Gefällt mir · Antworten · 2 Std.



[Nutzerin]

RTL Aktuell uuuii damit hab ich jetzt nicht gerechnet danke

Gefällt mir · Antworten · Nachricht · 20 Min.

SOZIAL-INTEGRATIVER STIL



Autor/-in

ZDF heute ✓

Schönen guten Morgen liebe Community! Ich bin an diesem (frühen) Morgen für euch da und freue mich auf eure Beiträge und Kommentare. Aber vor allem wünsche ich erstmal einen guten Start in den Tag! Stella



48

Gefällt mir · Antworten · 5 Std. · Bearbeitet

50 Antworten verbergen

„Relevanteste zuerst“ wurde ausgewählt. Einige Antworten wurden daher möglicherweise verschoben.



[Nutzerin 1]

ZDF heute also um den Job, so einen Flohzirkus aka Kommentarspalte zu moderieren, beneide ich niemanden! Viel Erfolg und einen schönen Tag!

Gefällt mir · Antworten · 5 Std.



[Nutzerin 2]

ZDF heute Hallo Stella. Ich bin froh, dass du so früh aufgestanden bist und hier ein wenig aufpasst. Guten Morgen.



10

Gefällt mir · Antworten · 5 Std.



[Nutzer]

ZDF heute ich halte es für eine sehr gute Idee, die Moderation ein wenig menschlicher zu gestalten. Bislang hatte man ja das Gefühl, mit einer roboterhaften Gestalt zu schreiben.



2

Gefällt mir · Antworten · 4 Std.



Autor/-in

WDR Lokalzeit Ruhr ✓

Bei euren ganzen Aufzählungen läuft uns das Wasser im Munde zusammen!!



3

Gefällt mir · Antworten · 20 Std.



Top-Fan

[Nutzerin 1]

[Nutzerin] da hätte ich aber Interesse an dem Rezept



2

Gefällt mir · Antworten · 20 Std.



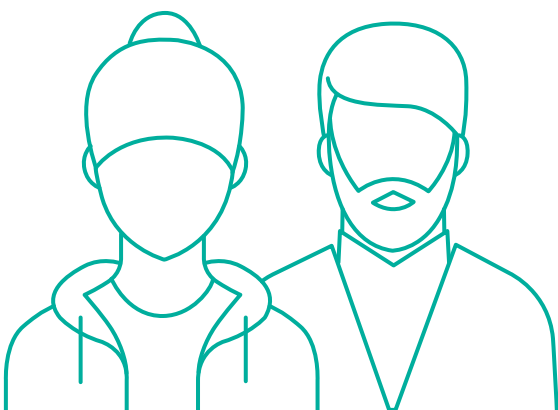
[Nutzerin]

[Nutzerin 1] das suche ich Ihnen heraus ...



2

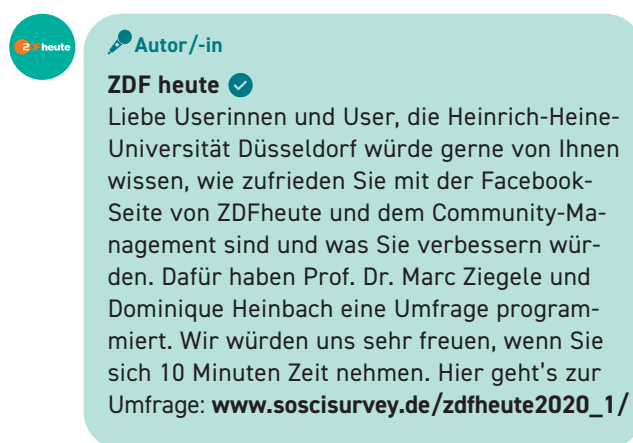
Gefällt mir · Antworten · 19 Std.



Die Befragung

Um verlässlich zu analysieren, wie die unterschiedlichen Formen von Empowerment-Moderation auf die Wahrnehmung und Einstellungen der Nutzerinnen und Nutzer wirken, wurden für jeden Praxispartner vier quantitative Befragungen durchgeführt. Die erste Befragung fand statt, noch bevor die Praxispartner die Empowerment-Moderation einsetzten. Diese Befragung diente damit der Erhebung des „Status quo“ („Baseline-Erhebung“). Diese Erhebung ist der Referenzpunkt für die Analyse der Wirkungen von Empowerment-Moderation. Außerdem wurden die Nutzenden am Ende jeder Phase der Empowerment-Moderation befragt. Die Fragen waren in allen Befragungen identisch und bezogen sich überwiegend auf die Wahrnehmung der Diskussionen der vergangenen zwei Wochen. Die Praxispartner veröffentlichten die Aufrufe zu den Befragungen alle 14 Tage auf ihren Facebook-Seiten (Abbildung 5 zeigt ein Beispiel).

Abbildung 5: Verbreitung des Befragungslinks auf der Facebook-Seite von ZDFheute



Autor/-in
ZDF heute ✓

Liebe Userinnen und User, die Heinrich-Heine-Universität Düsseldorf würde gerne von Ihnen wissen, wie zufrieden Sie mit der Facebook-Seite von ZDFheute und dem Community-Management sind und was Sie verbessern würden. Dafür haben Prof. Dr. Marc Ziegele und Dominique Heinbach eine Umfrage programmiert. Wir würden uns sehr freuen, wenn Sie sich 10 Minuten Zeit nehmen. Hier geht's zur Umfrage: www.soscisurvey.de/zdfheute2020_1/

Wir nehmen an, dass interaktives Empowerment die Wahrnehmung und Bewertung a) der Diskussionen in Kommentarbereichen, b) der Community und c) der Facebook-Seite der Sendung sowie der Moderation verbessert. Demzufolge stellten wir den Teilnehmenden Fragen zu diesen Bereichen. Die folgende Auflistung gibt einen Einblick in die verschiedenen Fragebereiche. Jeder Bereich wurde über unterschiedliche Konstrukte operationalisiert, die wiederum anhand der Zustimmung der Befragten zu mehreren Aussagen gemessen wurden. Den Grad der Zustimmung konnten die Teilnehmenden auf einer Skala von 1 („Stimme überhaupt nicht zu“) bis 5 („Stimme voll und ganz zu“) angeben.

Die Befragten

Insgesamt nahmen an den Befragungen 4.380 Nutzende teil. Die Teilnehmenden waren im Durchschnitt 47 Jahre

WAHRNEHMUNG UND BEWERTUNG DER DISKUSSIONEN IN KOMMENTARBEREICHEN

- **Allgemeiner Qualitätseindruck:** fünf Aussagen, z. B. „Die Qualität der Diskussionen war hoch.“
- **Rationalität und Konstruktivität:** sechs Aussagen, z. B. „Die Kommentare waren sachlich.“
- **Inzivilität:** fünf Aussagen, z. B. „Die Kommentare waren beleidigend.“
- **Respekt:** drei Aussagen, z. B. „Die Kommentare waren wertschätzend.“

WAHRNEHMUNG UND BEWERTUNG DER COMMUNITY

- **Gemeinschaftsgefühl:** drei Aussagen, z. B. „Ich fühle mich der Community von [Sendung] verbunden.“
- **Soziale Unterstützung:** acht Aussagen, z. B. „Auf der Facebook-Seite von [Sendung] ermutigen mich andere.“

WAHRNEHMUNG DER FACEBOOK-SEITE DER MEDIENMARKE UND DER MODERATION

- **Vertrauen:** zwei Aussagen, z. B. „Ich kann mich auf die Facebook-Seite von [Sendung] verlassen.“
- **Loyalität:** drei Aussagen, z. B. „Ich bevorzuge die Facebook-Seite von [Sendung] gegenüber vergleichbaren Angeboten.“
- **Bewertung der Moderation:** zwei Aussagen, z. B. „Mir hat die Moderation von [Sendung] gut gefallen.“

alt. 52 Prozent waren weiblich, 47 Prozent männlich und 1 Prozent war divers. Etwas mehr als 9 Prozent gaben an, einen Migrationshintergrund zu haben. Die formale Bildung der Teilnehmenden war hoch, 61 Prozent hatten mindestens (Fach-)Abitur. Aufgrund der Selbstselektion der Teilnehmenden können wir keine Aussagen treffen, inwieweit die Befragten für die jeweilige Community der Praxispartner repräsentativ sind. Allerdings war unsere Stichprobe sowohl im Hinblick auf die Verteilung der Soziodemografika als auch bezüglich der Verteilung verschiedener Nutzertypen – zum Beispiel Wenig- und Vielkommentierende – hinreichend divers, um zuverlässige Aussagen über die Wirkung des interaktiven Empowerments treffen zu können.

ERGEBNISSE DES FELDEXPERIMENTS

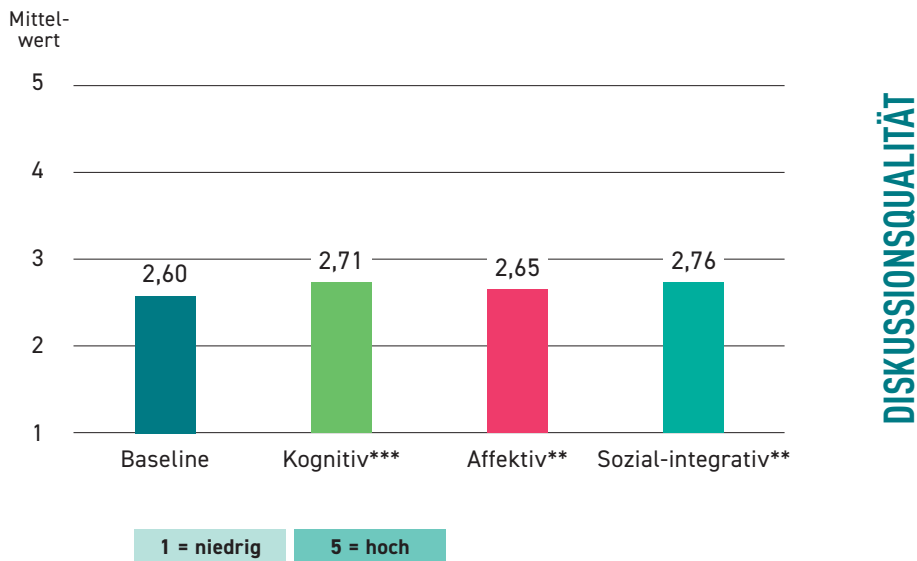
Wir analysieren zunächst die durchschnittlichen Effekte der Empowerment-Stile über die Befragten aller vier Praxispartner hinweg. Da sich die Anzahl der Teilnehmerinnen und Teilnehmer je nach Praxispartner unterscheidet, wurden die Daten für die Analyse gewichtet. So konnten die Ergebnisse jedes Praxispartners zu gleichen Teilen in die Analyse einfließen, ohne durch Praxispartner mit besonders vielen Teilnehmenden verzerrt zu werden. Die Effekte der einzelnen Empowerment-Stile auf die Wahrnehmung der Nutzenden werden immer im Vergleich zur Status-quo-Befragung („Baseline“) ausgewiesen. Außerdem wurden verschiedene Kontrollvariablen in die Analysen einbezogen, um die beobachteten Effekte möglichst gut auf die Empowerment-Moderation zurückführen zu können und mögliche „Störvariablen“ weitgehend auszuschließen.

Wirkung von Empowerment-Moderation auf die Wahrnehmung und Bewertung der Diskussionen in Kommentarbereichen

Mindestens drei Gründe sprechen dafür, dass Empowerment-Moderation die Wahrnehmung der Diskussionen in Kommentarbereichen durch die Nutzerinnen und Nutzer verbessert. Erstens rückt Empowerment-Moderation qualitativ hochwertige Kommentare in den Fokus und hebt diese durch gezielte Antworten hervor. Dadurch steigt die Sichtbarkeit dieser Kommentare. Zweitens unterstützt Empowerment-Moderation Nutzende aktiv dabei, „gute“ Kommentare zu schreiben. Und drittens orientieren sich Nutzende häufig an den Diskussionsnormen, die ihnen vorherrschend erscheinen. Sind diese konstruktiv und bestärkend, steigt vermutlich auch der Anteil wünschenswerter Kommentare. Es ist also anzunehmen, dass Nutzende in den Phasen der Empowerment-Moderation eine bessere Diskussionsqualität wahrnehmen, weil unerwünschte Kommentare weniger sichtbar sind und weil sich die Menge dieser Kommentare insgesamt reduziert haben dürfte.

Tatsächlich zeigen unsere Analysen, dass die Nutzerinnen und Nutzer die **Qualität der Diskussionen** während der Anwendung aller Empowerment-Stile besser bewerteten als im Zeitraum vor der Empowerment-Moderation. Die Befragten schätzten die Diskussionen zudem als **rationaler und konstruktiver** ein. Außerdem wurden die Diskussionen als **weniger inzivil** wahrgenommen: Nach Ansicht der Befragten enthielten sie in allen Phasen der Empowerment-Moderation zum Beispiel weniger Beleidigungen, Unhöflichkeiten und Hassrede. Gleichzeitig wurden die Diskussionen als **respektvoller** wahrgenommen, allerdings war dieser Effekt nur für den affektiv-emotionsorientierten und den sozial-integrativen Stil signifikant. Insgesamt sind die Effekte hinsichtlich der Bewertung der Diskussionen für alle Kriterien beim sozial-integrativen Stil am deutlichsten zu erkennen. Abbildungen 6 bis 10 geben einen Überblick über die Effekte.

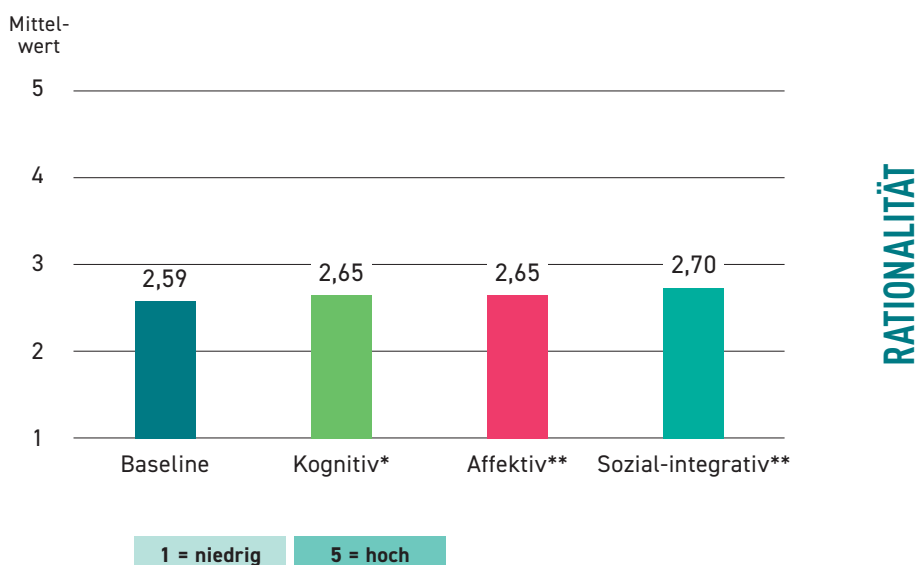
Abbildung 6: Wahrgenommene Qualität der Diskussionen in den Kommentarbereichen in den Phasen des Feldexperiments



Referenzgruppe: Baseline. **: $p < .01$, ***: $p < .001$

Kontrollvariablen: Alter, Geschlecht, Bildung, Verfolgung der Diskussionen in den letzten zwei Wochen, Kommentierverhalten

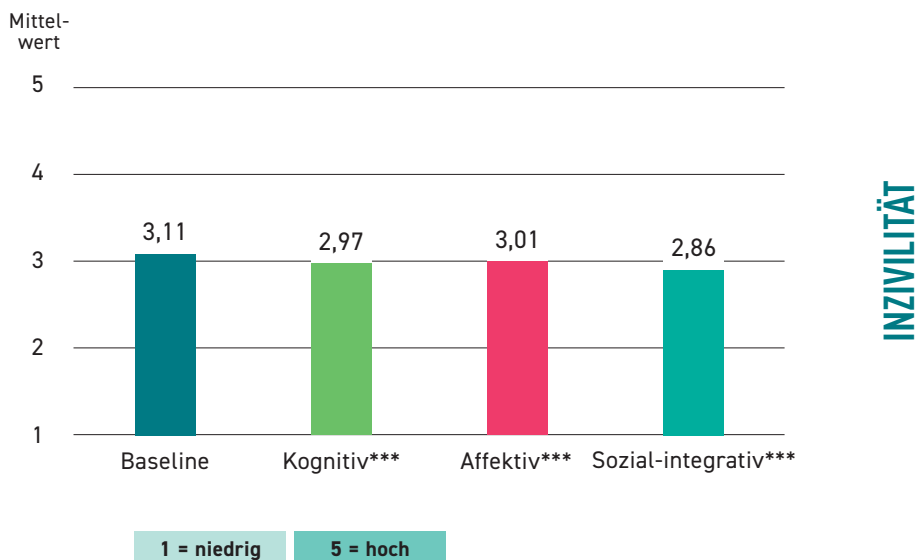
Abbildung 7: Wahrgenommene Rationalität und Konstruktivität der Diskussionen in den Kommentarbereichen in den Phasen des Feldexperiments



Referenzgruppe: Baseline. *: $p < .05$, **: $p < .01$

Kontrollvariablen: Alter, Geschlecht, Bildung, Verfolgung der Diskussionen in den letzten zwei Wochen, Kommentierverhalten

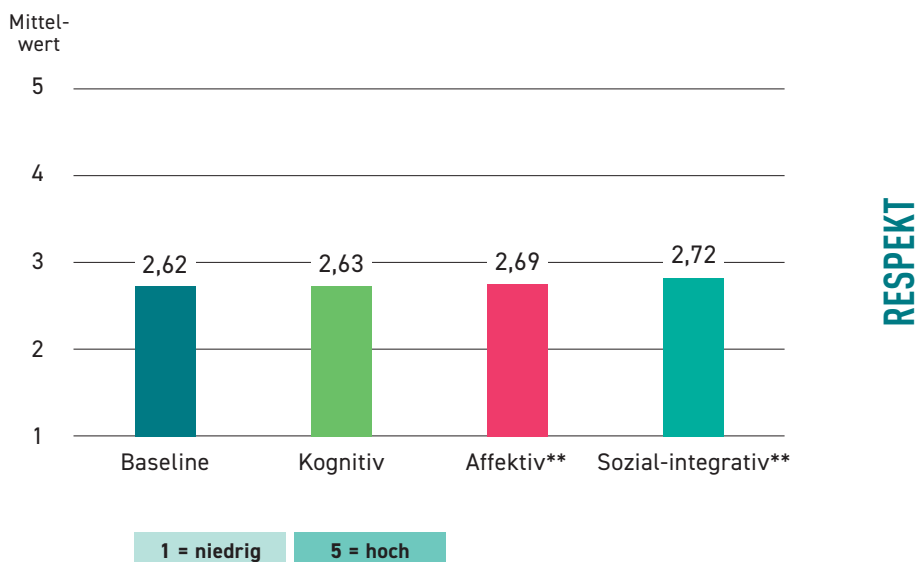
Abbildung 8: Wahrgenommene Inzivilität der Diskussionen in den Kommentarbereichen in den Phasen des Feldexperiments



Referenzgruppe: Baseline. ***: $p < .001$

Kontrollvariablen: Alter, Geschlecht, Bildung, Verfolgung der Diskussionen in den letzten zwei Wochen, Kommentierverhalten

Abbildung 9: Wahrgenommener Respekt in den Kommentarbereichen in den Phasen des Feldexperiments



Referenzgruppe: Baseline. **: $p < .01$

Kontrollvariablen: Alter, Geschlecht, Bildung, Verfolgung der Diskussionen in den letzten zwei Wochen, Kommentierverhalten

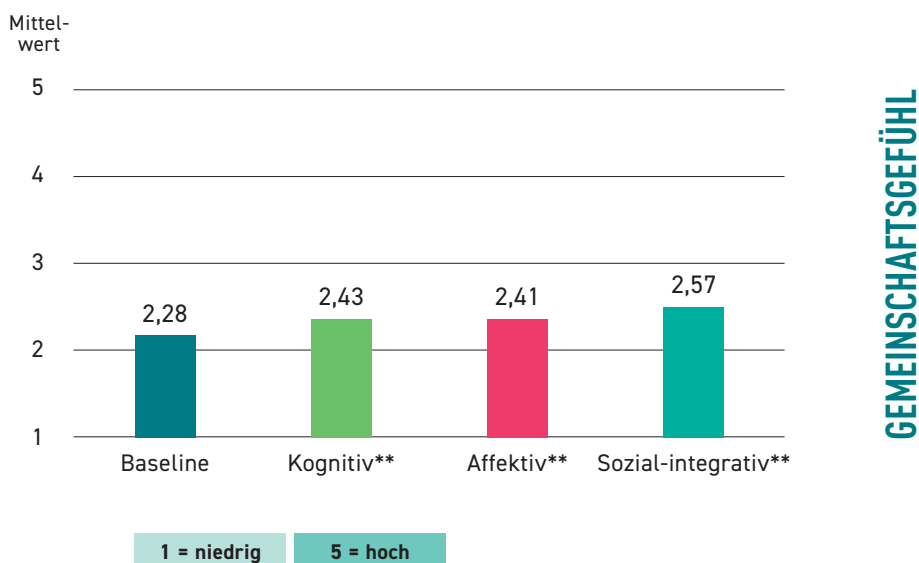
Die Effekte variierten allerdings von Medienseite zu Medienseite, die Empowerment-Stile wirkten sich also je nach Medienseite unterschiedlich stark auf die Bewertung der Diskussionen aus.

Wirkung von Empowerment-Moderation auf die Wahrnehmung und Bewertung der Communitys

Ein weiteres Ziel von Empowerment-Moderation ist es, eine starke Community aufzubauen, in der sich die Nutzerinnen und Nutzer unterstützt und wertgeschätzt fühlen und die im Idealfall zusammen und selbstständig gegen Störungen vorgeht. Dafür muss ein gewisser Grad an Verantwortungs- und Zusammengehörigkeitsgefühl der Nutzenden in der Community aufgebaut werden. Empowerment-Moderation versucht dies durch wertschätzende Kommunikation und durch die Betonung von Gemeinsamkeiten der Community statt ihrer Differenzen. Durch interaktives Empowerment soll eine Diskussionsumgebung geschaffen werden, in die sich die Nutzenden gut integrieren können.

Unsere Analysen zeigen, dass sich alle drei Empowerment-Stile und insbesondere der sozial-integrative Stil positiv auf das **Gemeinschafts- und Zusammengehörigkeitsgefühl** innerhalb der Communitys der Praxispartner auswirken. Außerdem hatten die Befragten während der Empowerment-Moderation das Gefühl, mehr **soziale Unterstützung** aus der Community zu erhalten, zum Beispiel in Form von hilfreichen Informationen, Interesse, Aufmerksamkeit oder guten Gesprächen. Auch hier sind die Effekte beim sozial-integrativen Stil am deutlichsten zu erkennen. Abbildung 10 und 11 illustrieren diese Befunde.

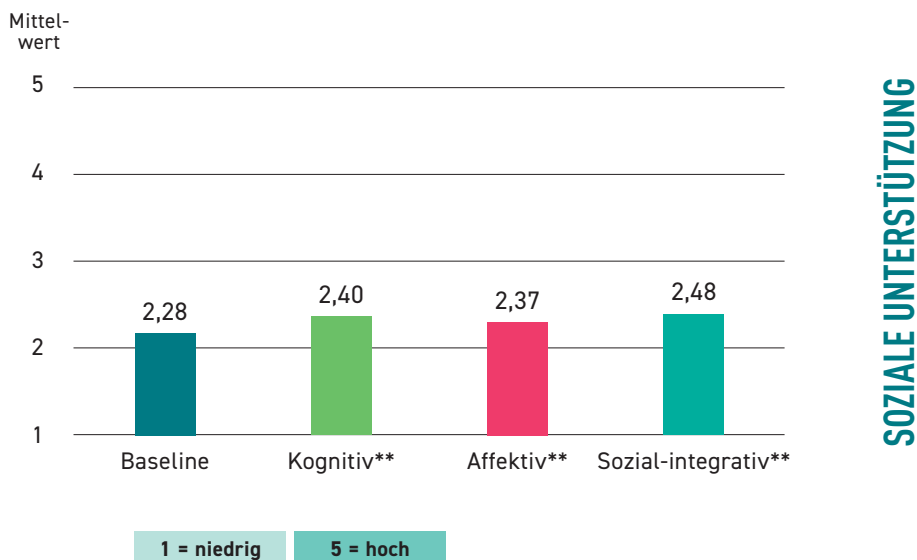
Abbildung 10: Zusammengehörigkeits- und Gemeinschaftsgefühl in den Communitys in den Phasen des Feldexperiments



Referenzgruppe: Baseline. **: $p < .01$

Kontrollvariablen: Alter, Geschlecht, Bildung, Verfolgung der Diskussionen in den letzten zwei Wochen, Kommentierverhalten

Abbildung 11: Wahrgenommene soziale Unterstützung in den Communitys in den Phasen des Feldexperiments



Referenzgruppe: Baseline. **: $p < .01$

Kontrollvariablen: Alter, Geschlecht, Bildung, Verfolgung der Diskussionen in den letzten zwei Wochen, Kommentierverhalten

Im Gegensatz zu den Effekten von interaktivem Empowerment auf die Wahrnehmung der Diskussionen hing der Einfluss auf die Community-bezogenen Einstellungen nicht von der Medienmarke ab. Alle drei Empowerment-Stile scheinen also unabhängig von der Facebook-Seite die Atmosphäre in der Community zu verbessern und das Gemeinschaftsgefühl zu stärken.

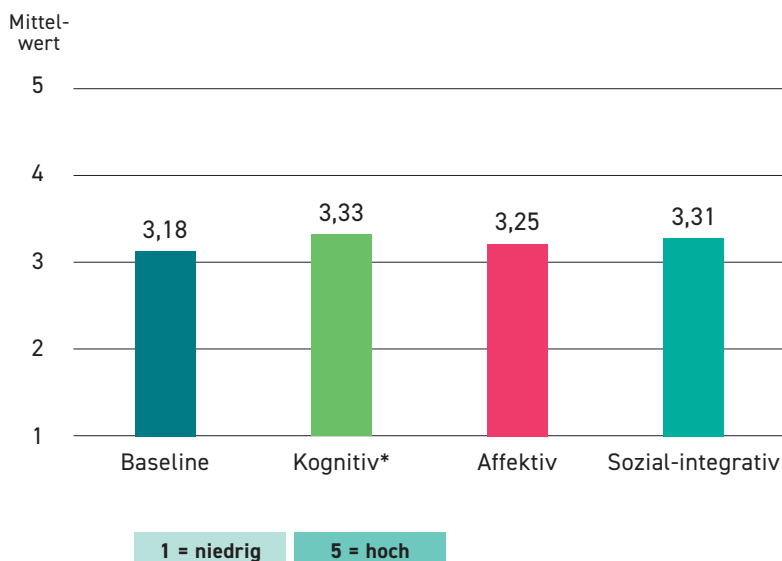
Wirkung von Empowerment-Moderation auf die Wahrnehmung und Bewertung der Facebook-Seite und der Moderation

Community-Managerinnen und -Manager repräsentieren in der Regel das Medium, für das sie arbeiten. Insofern ist anzunehmen, dass Nutzerinnen und Nutzer die Art und Weise, wie sich Moderierende in Diskussionen engagieren, als Hinweisreiz interpretieren und daraus Rückschlüsse auf das gesamte Medium oder zumindest auf dessen Facebook-Seite ziehen. Frühere Studien haben gezeigt, dass Beobachtende von Online-Diskussionen Medien, je nachdem, wie sie moderieren, als unterschiedlich glaubwürdig bewerten. Da die Redaktion in der Empowerment-Moderation Präsenz zeigt, die Diskussionen aktiv mitgestaltet und Nutzende unterstützt, sollte sich diese Form der Moderation positiv auf die markenbezogenen Einstellungen der Nutzenden auswirken, zum Beispiel auf ihre Beurteilung der Vertrauenswürdigkeit der Facebook-Seite. Zudem ist anzunehmen, dass sich Empowerment-Moderation positiv auf die Markenloyalität auswirkt, da zufriedene Menschen gerne wiederkommen, um die Nachrichtenbeiträge sowie die Diskussionen auf der Seite weiterzuverfolgen und selbst mitzudiskutieren.

Entsprechend zeigen unsere Ergebnisse, dass die Empowerment-Moderation das **Vertrauen** in die Facebook-Seiten der Praxispartner und die **Loyalität** ihnen gegenüber signifikant verbessert. Auch die **Bewertung der Moderation** fiel bei interaktivem Empowerment besser aus als im Zeitraum ohne interaktives Empowerment.

Über alle Praxispartner hinweg waren allerdings überwiegend nur die **Effekte des kognitiven Stils** signifikant. Ein Grund könnte sein, dass es sich bei allen untersuchten Redaktionen um Nachrichtensendungen handelt, deren Image am ehesten mit dem informationsvermittelnden Stil korrespondiert. Näherungsweise signifikant war zudem die **bessere Bewertung des sozial-integrativen Stils** durch die Befragten. Der Einfluss der Empowerment-Stile variierte darüber hinaus von Praxispartner zu Praxispartner. Abbildungen 12 bis 14 geben einen Überblick über die Befunde.

Abbildung 12: Vertrauen der Befragten in die Facebook-Seiten der Praxispartner in den Phasen des Feldexperiments

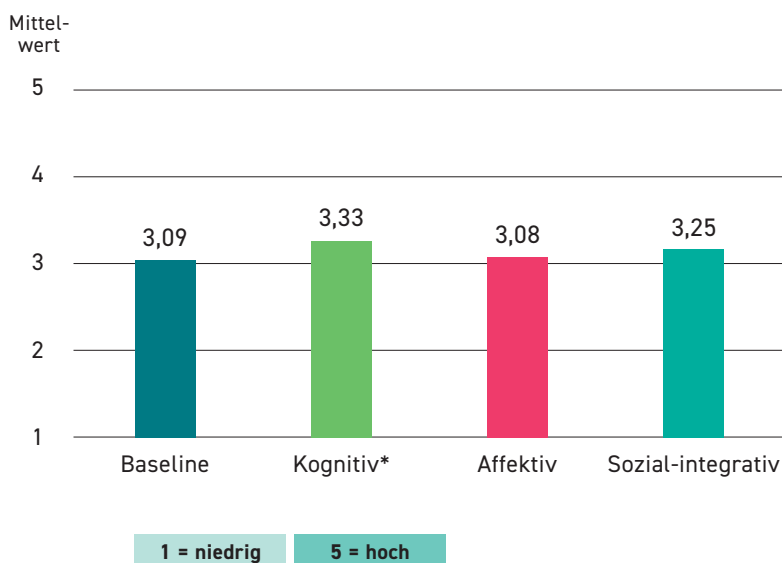


VERTRAUEN IN FACEBOOK-SEITE

Referenzgruppe: Baseline. *: $p < .05$

Kontrollvariablen: Alter, Geschlecht, Bildung, Verfolgung der Diskussionen in den letzten zwei Wochen, Kommentierverhalten

Abbildung 13: Loyalität der Befragten gegenüber den Facebook-Seiten der Praxispartner in den Phasen des Feldexperiments

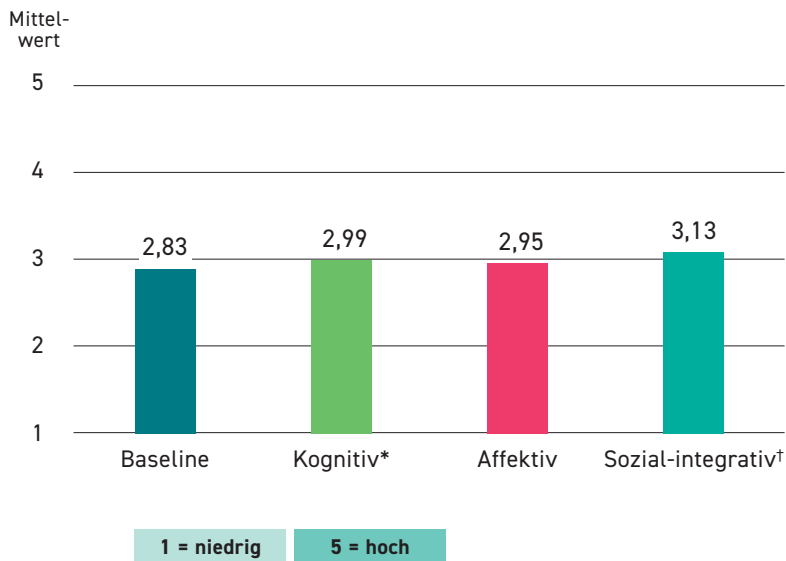


LOYALITÄT GGÜ. FACEBOOK-SEITE

Referenzgruppe: Baseline. *: $p < .05$

Kontrollvariablen: Alter, Geschlecht, Bildung, Verfolgung der Diskussionen in den letzten zwei Wochen, Kommentierverhalten

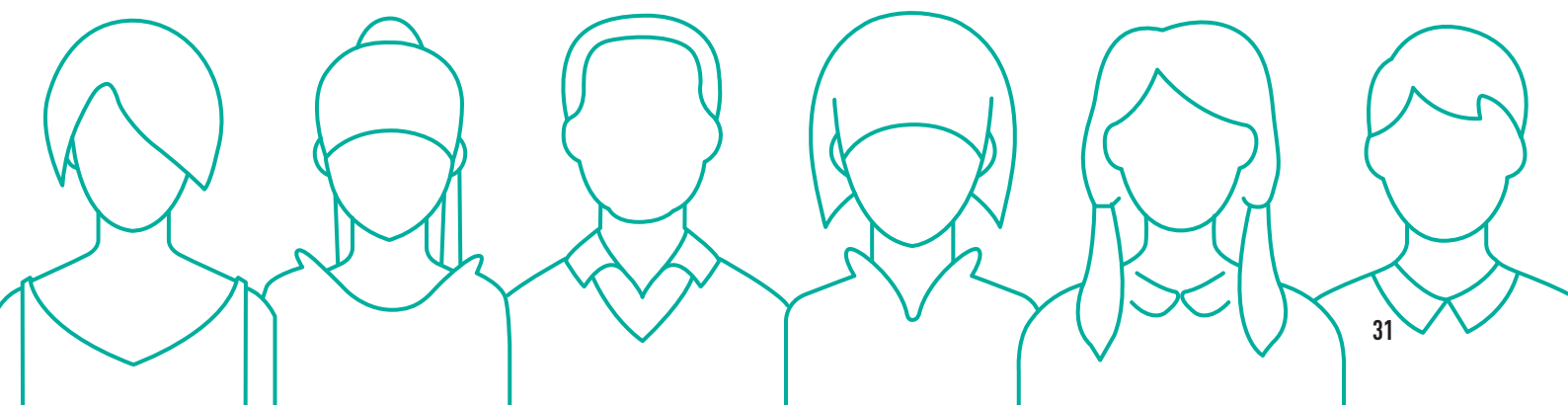
Abbildung 14: Bewertung der Moderation der Praxispartner durch die Befragten in den Phasen des Feldexperiments



BEWERTUNG DER MODERATION

Referenzgruppe: Baseline. *: $p < .05$, †: $p < .1$

Kontrollvariablen: Alter, Geschlecht, Bildung, Verfolgung der Diskussionen in den letzten zwei Wochen, Kommentierverhalten



FAZIT

»Empowerment-Moderation wirkt.«

Das konnten wir in einem groß angelegten Feldexperiment mit vier Praxispartnern zeigen, die kognitives, affektives und sozial-integratives Empowerment im realen Moderationsbetrieb auf ihren Facebook-Seiten angewendet haben. Die mehr als 4.000 Teilnehmerinnen und Teilnehmer der Befragung haben die Qualität der Diskussionen mit Empowerment-Moderation im Schnitt besser bewertet als in der Status-quo-Befragung – und zwar bei allen drei Stilen. In der Wahrnehmung der Nutzerinnen und Nutzer wurden die soziale Unterstützung und der Zusammenhalt in der Community gestärkt und sie haben zum Teil die Facebook-Seiten der Praxispartner und ihre Moderation besser bewertet, auch wenn die Unterschiede zwischen den Phasen der Empowerment-Moderation und der Status-quo-Befragung klein sind. Empowerment-Moderation kann somit keine Wunder vollbringen und die Diskurskultur sowie die Wahrnehmung der Nutzenden auch nicht von einem auf den anderen Tag drehen. Facebook-Nutzende haben bereits recht gefestigte Einstellungen gegenüber den Seiten, die sie besuchen, und sie sind außerdem täglich einer Vielzahl von Informationen und Eindrücken ausgesetzt, von denen interaktive Moderation nur einen kleinen Teil ausmacht. Zudem wurde jeder Empowerment-Stil nur über einen Zeitraum von zwei Wochen angewendet. Berücksichtigt man diese Punkte und bedenkt zusätzlich, dass wir potenziell problematische Störvariablen in unseren Analysen kontrolliert haben, können wir von robusten Effekten ausgehen, die in einem bemerkenswert kurzen Zeitraum eingetreten sind. Wir erwarten, dass sich diese Effekte bei längerer Anwendung des interaktiven Empowerments festigen und verstärken. Auf längere Sicht kann Empowerment-Moderation daher ein vielversprechender Bestandteil eines innovativen Community-Managements sein, das den Fokus nicht nur auf die negativen Aspekte von Kommentarbereichen legt, sondern konstruktive Beiträge aktiv ermöglicht und fördert.

DIE AUTORINNEN UND AUTOREN



Foto: Linda Frehmann

Prof. Dr. Marc Ziegele ist Professor für politische Online-Kommunikation am Institut für Sozialwissenschaften der Heinrich-Heine-Universität Düsseldorf. Er ist außerdem Leiter der vom Ministerium für Kultur und Wissenschaft des Landes NRW geförderten Nachwuchsforschungsgruppe „Deliberative Diskussionen im Social Web“. Bereits seit mehr als zehn Jahren erforscht er die Diskussionskultur im Internet sowie Maßnahmen, um die Debatten zu verbessern.

marc.ziegele@hhu.de



Foto: Linda Frehmann

Dominique Heinbach M. A. ist wissenschaftliche Mitarbeiterin in der Nachwuchsforschungsgruppe „Deliberative Diskussionen im Social Web“ am Institut für Sozialwissenschaften der Heinrich-Heine-Universität Düsseldorf. In ihrer Dissertation erforscht sie die Effekte von Moderation auf die Qualität und Wirkung von Online-Diskussionen. Ihre Forschungsschwerpunkte liegen im Bereich der Online-Partizipation und -Deliberation sowie der Medienwirkungs- und Persuasionsforschung im Social Web.

dominique.heinbach@hhu.de

IMPRESSUM

Herausgeberin:

Landesanstalt für Medien NRW
Zollhof 2
40221 Düsseldorf
T +49 211 77007-0
F +49 211 727170

info@medienanstalt-nrw.de
www.medienanstalt-nrw.de

Verantwortlich:

Sabrina Nennstiel (Kommunikation)

Redaktion:

Desiree Steppat (Forschung)

Autorinnen und Autoren:

Prof. Dr. Marc Ziegele und Dominique Heinbach M. A.

Gestaltung:

Nadine Hawle (NH CORPORATE – Designstudio)

Diese Publikation wird unter der Creative- Commons-Lizenz
veröffentlicht (CC BY-SA 4.0).

→ <https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/legalcode.de>

