

Shitstorm

Stand: 01.08.2022

Die Erläuterung dieser Begrifflichkeit ist bedauerlicherweise in den aktuellen Zeiten nur selten nötig. Ein wahrer Sturm der Hässlichkeiten kann in der Tat aus verschiedenen Gründen über eine Person oder ein Unternehmen hereinbrechen. Ferner sind auch Zeitschriften, Fernsehsendungen oder Parteien gelegentlich Zielscheibe eines Shitstorms.

Die Stärke ist ebenfalls sehr unterschiedlich und reicht von einer Empörungswelle bis hin zu blankem Hass, der sich in Spam und Hass-Mails niederschlagen kann. Die gängigen Plattformen für dieses Internetphänomen sind soziale Netzwerke und andere Kanäle wie Twitter, Facebook oder Instagram.

Die Zusammenführung von „shit“ (Scheiße) und „storm“ (Sturm) lässt sich in der Bundesrepublik vermehrt ab den 2010er Jahren beobachten. Mit dem Erfolg der sozialen Medien und dem Auftritt von Prominenten oder eigens auf den Plattformen groß gewordenen Influencern hat auch das Phänomen des Shitstorms zugenommen. Schon im Jahr 2011 schaffte es die Begrifflichkeit im jährlichen Anglizismus-Ranking auf Platz 1 in Deutschland.

Was zeichnet ihn aus?

Das drastische Wort gibt schon einen Hinweis darauf, dass die geäußerte Kritik im Rahmen eines Shitstorm herkömmliche Empörung übertrifft. Die von einem solchen Shitstorm betroffenen Personen oder Institutionen werden auf massive Weise beleidigt, herabgesetzt und beschimpft. Der überemotionale, teils sehr aggressive Charakter in Verbindung mit vulgärer, niveauloser Sprache kennzeichnet die Äußerungen typischerweise.

Dabei spielen zwei weitere Aspekte eine Rolle. Erstens verläuft ein Shitstorm lawinenartig und sehr schnell. Allerdings ebbt er eben auch rasch wieder ab. Zweitens sind die beleidigenden Akteure, nicht immer, aber meistens, anonym. Sozialforscher begründen die Drastik der Äußerungen unter anderem damit, dass den Schreibern solch harscher, niveauloser Kritik jegliche Hemmungen abhandenkommen. Sie sind selten mit Klarnamen aktiv und können sich daher darauf verlassen, dass ihre Taten ohne Folgen für sie bleiben. Die Enthemmung findet gefühlt in einem rechtsfreien Raum, dem Internet, statt.

Cybermobbing, Beleidigung, Volksverhetzung

Shitstorms können, müssen aber nicht, in ernstzunehmende Straftaten münden. Wenn die Belästigung des Opfers länger anhält oder besonders massiv ausfällt, sind die Grenzen zum Mobbing fließend. Da sich das alles online abspielt, wird von Cybermobbing gesprochen. Dieses wird via Kommentarfunktion, Privatnachrichten und manchmal sogar in eigens hochgeladenen Hass-Videos umgesetzt.

Strafrechtlich relevante Taten wie Beleidigung, Nötigung, Diffamierung im Sinne von Falschbehauptungen und Verleumdungen, üble Nachrede sowie Äußerungen, die als Volksverhetzung gewertet werden, sind möglich.

Ablauf des Shitstorms

Der Anlass eines Shitstorms kann durchaus ein berechtigter Grund für Kritik sein. Wenn ein Prominenter oder Influencer eine unliebsame Äußerung tätigt oder ein Politiker eine unpopuläre Forderung stellt, können sich Shitstorms einstellen. Aber auch Unternehmen und andere Organisationen sind nicht davor geschützt. Mangelnde oder schlechte Kommunikation sowie kontroverse Handlungen, Inkompetenz oder echte sowie vermeintliche Ungerechtigkeiten lösen einen Shitstorm aus.

Sollte es anfänglich noch sachliche Kritik geben, wird diese schnell von den lauten und aggressiven Tönen überstimmt. Harte Beleidigungen und Themenwechsel hin zur persönlichen Ebene finden statt. Manchmal geht es am Ende nicht mehr über eine kritische Äußerung einer Person, sondern die betreffende Person wird in Gänze herabgewürdigt.

Je nach Umgang eines Menschen damit, können solche Shitstorms sich verstärken oder abebben. Nach Möglichkeit sollte keine weitere Angriffsfläche geboten werden. Als Unternehmen sind Szenarien und Krisenpläne für solche Situationen ratsam. Meistens bleibt einer Firma nichts anderes übrig, als sich auf interne Prozesse zu berufen und die Angelegenheit aufzuarbeiten. Je nach Situation folgen Distanzierungen oder Entschuldigungen eine große Rolle.

Eine gute Social-Media-Abteilung kann viel der negativen Kritik abfangen und die Wogen etwas glätten.

Auswirkungen eines Shitstorms

Es gibt verschiedene Modelle, die die Ausmaße eines Shitstorms abbilden können. Wie viele User beteiligen sich daran? Wie oft werden entsprechende Beiträge geteilt, geliked oder erstellt? Wie lange dauert ein Shitstorm an? Umfasst er mehrere Plattformen? Wie groß ist das mediale Echo?

- Dauer (Persistenz)
- Beitragsanzahl, Verbreitung auf den Netzwerken
- Bedeutung (Relevanz) und Folgen: Umsatzeinbrüche, Boykotte, Ermittlungen

Zusammenfassung

Ein sich ausbreitender Shitstorm ist ein großes Ärgernis und meistens mit Reputationsverlust verbunden. Wer eher labil ist, kann auch gesundheitlich unter dem Mobbing und den Beleidigungen leiden. Prominente und Unternehmen müssen manchmal auch die wirtschaftlichen Folgen des Verlusts ihres guten Namens ertragen. Ein beschädigtes Image baut sich nur sehr langsam wieder auf. Hier muss die PR-Abteilung alles geben, um durch eine solche Krise zu gelangen.

Beispiele von Shitstorms:

- 2018: Die Bekleidungskette H&M bildet einen Jungen (PoC) in einem Katalog ab, der auf seinem Pullover folgende Aufschrift trägt: „Coolest Monkey in the Jungle“, Vorwurf: Rassismus
- 2019: Gaming-Plattform Steam ließ ein Spiel mit dem Titel „Rape Day“ zu, dessen Inhalt das

Vergewaltigen von Frauen war, Vorwurf: Sexismus und Misogynie

- 2020: Prinz Harry (England) und seine Ehefrau Meghan legen die offiziellen Titel der Königsfamilie ab und ziehen in die USA: Stichwort Megxit“. Daraufhin wird ein Shitstorm gegen Meghan losgetreten, indem man ihr vorwirft, sie hätte Ihren Gatten von der Krone entfremdet.
- 2021: Armin Laschet (CDU-Politiker) lacht im Hintergrund bei einer Rede des Bundespräsidenten, während er im von der Hochwasserflut betroffenen Ahrtal zu Gast ist. Hier wurde ihm mangelnde Sensibilität zum Verhängnis und er verlor viele Wählerstimmen.
- 2022: Youtuber und Musiker Fynn Kliemann war an einem Maskenskandal beteiligt. Er ließ billige und minderwertige Masken in Bangladesch herstellen, die er als europäische Masken ausgab. Die Arbeitsbedingungen vor Ort waren schlecht und das Image des Internetstars litt massiv. Viele Seiner Werbe- und Kooperationspartner kündigten.

Die größte Gefahr eines Shitstorms ist die fehlende Kontrolle und Unvorhersehbarkeit. So ist nicht absehbar, welche Konsequenzen die massenhaft negative Kritik für ein Unternehmen oder eine Persönlichkeit hat. In den meisten Fällen führt es zu einem Imageschaden, den Unternehmen mit der Zeit beheben oder mittels Krisen-PR abmildern können. Ein Shitstorm kann jedoch auch für zusätzliche Aufmerksamkeit sorgen, wenn entsprechende Maßnahmen ergriffen werden. So kann ein Unternehmen den Shitstorm für seine Reichweite zu nutzen, indem es offensiv mit den Beleidigungen im Internet umgeht.