

04/26

SOCIAL PROOF REPORT

DIGITALES MOBBING



AUSGABE

8



social-proof.org
kontakt@social-proof.org

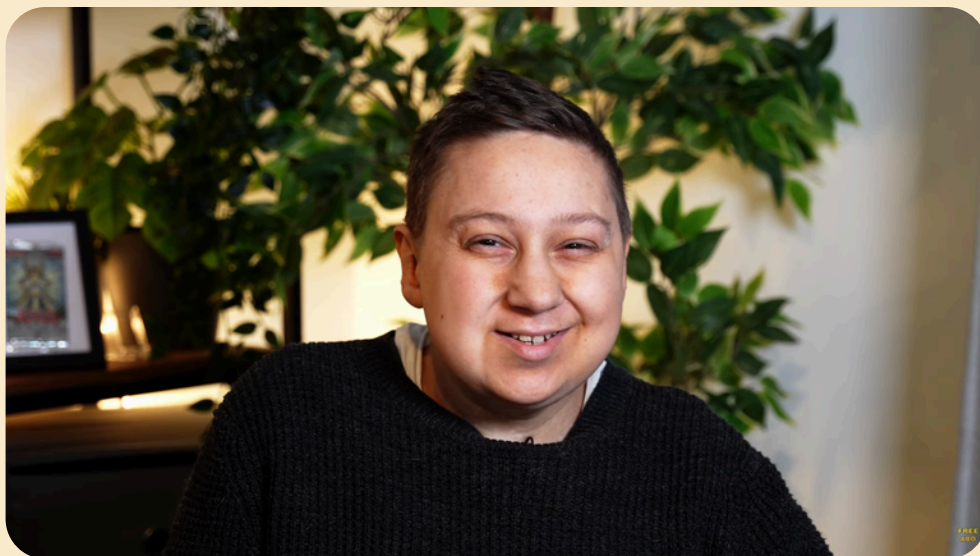
PSYCHOLOGISCHE TRENDS

AUS DER DIGITALEN JUGENDKULTUR FÜR SCHULE & WORKSHOPS

Die deutsche YouTube- und TikTok-Landschaft ist **gespaltener Meinung** zum Creator **Timgloh**. Dieser ist in den letzten Wochen und Monaten zu **größerer Bekanntheit** durch diverse Gastauftritte bei bekannten Gesichtern der Szene gekommen, allerdings wird nicht nur **er und sein Verhalten**, sondern auch **der Umgang mit ihm** viel diskutiert.

Ein Teil der Auseinandersetzung mit ihm dreht sich um verschiedene kleinere und größere **Fehlritte** die er sich geleistet haben soll. So soll er beispielsweise bei verschiedenen Stream-Challenges **geschummelt**, kleinere **Lügen erzählt** und sich als besser vernetzt dargestellt haben **als er es eigentlich ist**.

Diese durchaus kritikwürdigen Punkte rechtfertigen aber keinesfalls die mitunter in schweres **Cyberbullying** ausartende Auseinandersetzung mit seiner Person durch verschiedene, teilweise sehr reichweitenstarke, Creator:innen und deren Communities. Schnell wurde da aus konstruktiver Kritik an Timglohs Verhalten eine Form von **dog-piling**, eine Art des Schikanierens, das von ganzen **Gruppen** ausgeht. Zum Beispiel wurde er für seine **Stimme**, sein **Aussehen** oder seine manchmal **unbeholfene Art in sozialen Situationen** angefeindet. Timgloh leidet an der **genetischen Erbkrankheit Fanconi-Anämie**. Diese Erkrankung führt unter anderem zu einem sehr **jungen Erscheinungsbild** und einer **ungewöhnlich hohen Stimme**.



Timgloh ist das bekannteste
Beispiel eines Cybermobbing-
Opfers aktuell.

RELEVANZ DES THEMAS

Der Fall Timgioh zeigt eine Dynamik auf, **die weit über eine einzelne Creator-Geschichte hinausgeht**. Er zeigt, wie digitales Drauftreten heute oft funktioniert: nicht sofort als eindeutige Hasskampagne, sondern als Mischung aus **Witz, Fremdscham, Ironie** und **öffentlichem Spott**. Und meist sind die Übergänge zwischen Kritik, Belustigung und Mobbing **fließend**. Cyberbullying ist kein Randphänomen. Für viele Kinder und Jugendliche gehört **digitale Ausgrenzung** längst zum Alltag, oft ohne dass Erwachsene es direkt mitbekommen. Gerade für Lehrkräfte ist das wichtig: Wer nur auf offene Eskalationen schaut, übersieht leicht, wie häufig Schüler:innen schon vorher von Gerüchten, Screenshots, Bloßstellung oder Schikanen in Klassenchats und sozialen Netzwerken betroffen sind.

Es gibt im Netz genug Anlass für **Belustigung**. Peinliche Momente, Unsicherheit in sozialen Interaktionen oder auch wiederholtes Scheitern in Games sind nicht selten sogar **Kern** des digitalen Auftretens von Creator:innen. Und auch an realen und validen Gründen für **Kritik** mangelt es nicht. Es ist sogar **wichtig** Personen mit Reichweite und Einfluss für widersprüchliches oder schädliches Verhalten zu kritisieren. Aber die **Verhältnismäßigkeit** muss stimmen. Kritikwürdiges Verhalten ist kein **Freifahrtschein**, eine Person immer weiter zu schikanieren, zu verspotten oder zu mobben.

Genau an dieser Stelle wird die Rolle großer Creator wichtig. Es sind nicht nur viele kleine Accounts oder einzelne Zuschauer:innen, die solche Prozesse tragen. Wenn reichweitenstarke Personen jemanden ironisieren oder dauerhaft als Content behandeln, setzen sie einen Ton. Sie zeigen ihrem Publikum, wie man mit dieser Person umgehen kann.

Was oben als **lustig, awkward** oder **clipbar** markiert wird, sickert nach unten. Kommentarspalten, Reaction-Clips und Memeseiten **übernehmen den Umgang**. So wird öffentliche Abwertung nicht nur sichtbar, sondern **normalisiert**.

Für Prävention ist deshalb auch die Zuschauer:innen-Perspektive entscheidend. **Viele erleben sich nicht als Täter**. Sie liken nur, teilen nur, schauen nur zu, posten nur einen ironischen Kommentar. Genau darin liegt das Problem. Cyberbullying entsteht oft nicht allein durch einzelne Hauptakteure, sondern durch **viele kleine Verstärkungen**. Für jede einzelne Person wirkt der eigene Beitrag gering. Für die betroffene Person **summiert** er sich zu einem Klima, aus dem man kaum herauskommt. Pädagogisch relevant sind hier die übertragbaren Muster. Jugendliche kennen **ähnliche Prozesse** aus Klassenchats, TikTok, Instagram, Discord oder vom Schulhof. Wer mitmacht, gehört dazu. Wer widerspricht, wirkt empfindlich oder riskiert selbst, im Fokus zu landen. Genau hier beginnt die Anschlussfähigkeit für die Schule: beim **Erkennen der Mechanismen**, die in vielen digitalen und sozialen Kontexten ähnlich laufen.

PSYCHOLOGISCHE EINORDNUNG

Psychologisch ist Cyberbullying oft **schwerer zu greifen, als viele denken**. In der Forschung wird es meist als **aggressives Verhalten** beschrieben, das über **digitale Medien** ausgeübt wird und sich durch **Wiederholung** oder durch digitale Verbreitung **immer wieder neu wirksam entfaltet**.¹ Der entscheidende Punkt ist nicht nur die einzelne Beleidigung. Entscheidend ist die **Struktur digitaler Räume**: Inhalte bleiben auffindbar, lassen sich leicht weiterleiten, in neue Kontexte ziehen und vor einem großen Publikum erneut aufladen.¹ Dadurch kann auch dann ein deutliches **Machtungleichgewicht** entstehen, wenn es **nicht den einen klaren Täter** gibt.

Warum machen Menschen bei solchen Dynamiken mit?

Ein wichtiger Erklärungsansatz ist der **Online Disinhibition Effect**. Online verhalten sich Menschen oft enthemmter als im direkten Kontakt, weil Distanz, Unsichtbarkeit, Tempo und fehlende unmittelbare Reaktionen **Hemmschwellen senken**.² Was im direkten Gegenüber schneller als verletzend auffallen würde, wirkt im Feed, im Chat oder im Kommentarbereich leichter, witziger oder folgenloser. Diese Enthemmung allein erklärt noch nicht alles. Dazu kommt **Moral Disengagement**. Gemeint sind Rechtfertigungen, mit denen Menschen sich von der Verantwortung für das eigene Verhalten **innerlich entlasten**.³

Wer das Gegenüber als **peinlich, nervig, problematisch** oder **selbst schuld** rahmt, macht es sich leichter, härter zu kommentieren, zu teilen oder mitzulachen. Hinzu kommt die **Logik des Publikums**. Wenn viele zusehen, kommentieren oder weiterleiten, **verteilt sich Verantwortung**. Sozialpsychologisch ist das als **Diffusion of Responsibility** gut beschrieben.⁴ Im Netz wirkt dieser Effekt besonders stark, weil Beteiligung in kleinen Portionen stattfinden kann. Ein Like. Ein Clip. Ein Kommentar. Ein Insider. Ein kurzer Lach-Emoji. Für die einzelne Person ist das kaum der Rede wert. Für die betroffene Person ist es Teil einer **Welle**. Gerade deshalb kippen solche Prozesse oft schleichend. Viele erleben sich als **Publikum**, obwohl sie die **Dynamik mittragen**.

Digitale Plattformen verstärken es zusätzlich.

Inhalte, die emotional aufgeladen sind, Empörung auslösen oder Fremdscham triggern, **verbreiten sich leichter**.⁵ Und das nicht nur, weil es Menschen interessiert, sondern weil die **Algorithmen** genau so programmiert sind. Das ist für Creator-Kulturen besonders relevant. Wenn eine Person als running joke, awkwarde Figur oder Clip-Magnet markiert ist, entstehen schnell **Mitmach-Dynamiken**, die nicht mehr von inhaltlicher Kritik leben, sondern von Wiederholung. Irgendwann wird nicht mehr gefragt, was diese Person gesagt oder getan hat. Entscheidend ist nur noch, dass sie **Reaktionen** liefert.

PSYCHOLOGISCHE EINORDNUNG

Die Forschung zeigt außerdem, dass Menschen, die online als irritierend, sozial auffällig oder normabweichend gelesen werden, **besonders schnell** zur **Zielscheibe** werden können. Eine Studie zu **autistischen Erwachsenen** fand etwa, dass intensivere Social-Media-Nutzung mit höherem Risiko für Cyber-Viktimisierung zusammenhing und dass sich Selbstwert besonders dort verschlechterte, wo Menschen online ausgeschlossen oder ignoriert wurden.⁶ Das alles zeigt aber ein **Muster**: Das Internet reagiert oft besonders grausam auf Menschen, die soziale Situationen nicht glatt bedienen, missverständlich wirken oder nicht in gängige Statuslogiken passen.

Genau deshalb ist die **Grenze** zwischen Kritik, Spott und Mobbing so wichtig. Kritik bleibt an einem **Verhalten**, ist prinzipiell **korrigierbar** und **reduziert** eine Person **nicht** vollständig auf einen Fehler. **Cyberbullying funktioniert anders**. Es verschiebt den Fokus. Aus „Das war falsch“ wird „So ist der Mensch halt“. Aus einem peinlichen Moment wird eine dauerhafte Identität.¹⁻³ Wer sich beteiligt, hat oft das Gefühl, nur etwas aufzugreifen, das ohnehin schon da ist. Für die betroffene Person bedeutet das, immer wieder neu öffentlich definiert zu werden.

Die Folgen sind psychologisch alles andere als harmlos. Forschung verbindet Cyberbullying mit **geringerem Selbstwert, psychischer Belastung, Angst, Depression** und teilweise **suizidalen Gedanken**.⁷ Eine deutsche Studie zu Mobbing und Cybermobbing bei Erwachsenen beschreibt außerdem deutliche Auswirkungen auf **Lebensqualität, psychische Gesundheit** und **Hilfesuchverhalten**.⁸ Solche Daten lassen sich nicht eins zu eins auf jeden Einzelfall übertragen. Sie zeigen aber etwas **Grundsätzliches: Digitale Abwertung bleibt nicht digital**. Sie greift in Selbstbild, Sicherheitserleben, Rückzugsmöglichkeiten und soziale Beziehungen ein. Wer dauerhaft Thema bleibt, erlebt nicht nur Kommentare. Er erlebt **Kontrollverlust**.



Dimi zeigt das Mobbing von Timgioh auf.

RESSOURCEN & ABSCHLUSS

Wenn eine Situation kippt, hilft moralische Empörung allein selten weiter. Wichtiger ist, die **Dynamik früh zu unterbrechen. Das heißt konkret:** nicht weiterleiten, keine Clips aus dem Kontext reißen, keinen ironischen Kommentar „nur noch schnell“ nachschieben und Kommentarspalten nicht weiter aufheizen. **Und es bedeutet auch:** Grenzen benennen, Inhalte melden, Belege sichern und Unterstützung dazuholen.

Wer betroffen ist, muss das **nicht allein tragen**. Wer zuschaut, kann sich entscheiden, **nicht Teil der Verstärkung zu werden**. Und wenn Online-Mobbing zu Drohungen, Doxxing oder Erpressung wird oder massiver psychischer Druck dazukommen, gilt: **Nicht allein bleiben**. Hilfe holen, Belege sichern und in akuter Gefahr die Polizei über 110 kontaktieren.

INFOKASTEN ANLAUFSTELLEN & QUELLEN

Anlaufstellen:

- Nummer gegen Kummer, Kinder- und Jugendtelefon: 116 111 & <https://www.nummergegenkummer.de/>
- krisenchat: <https://www.krisenchat.de/>
- TelefonSeelsorge: 116 123 & <https://www.telefonseelsorge.de/>
- JUUUUPORT: <https://www.juuuport.de/>
- Internet-Beschwerdestelle: <https://www.internet-beschwerdestelle.de/>
- HateAid: <https://hateaid.org/>
- Klicksafe: <https://www.klicksafe.de/>

Quellen:

1. Kowalski, R. M., Giumetti, G. W., Schroeder, A. N., & Lattanner, M. R. (2014). Bullying in the digital age: A critical review and meta-analysis of cyberbullying research among youth. *Psychological Bulletin*, 140(4), 1073–1137.
2. Suler, J. (2004). The online disinhibition effect. *CyberPsychology & Behavior*, 7(3), 321–326. DOI: 10.1089/1094931041291295
3. Zhao, L., & Yu, J. (2021). A meta-analytic review of moral disengagement and cyberbullying. *Frontiers in Psychology*, 12, Article 681299. DOI: 10.3389/fpsyg.2021.681299
4. Darley, J. M., & Latané, B. (1968). Bystander intervention in emergencies: Diffusion of responsibility. *Journal of Personality and Social Psychology*, 8(4), 377–383. DOI: 10.1037/h0025589
5. Brady, W. J., Wills, J. A., Jost, J. T., Tucker, J. A., & Van Bavel, J. J. (2017). Emotion shapes the diffusion of moralized content in social networks. *Proceedings of the National Academy of Sciences of the United States of America*, 114(28), 7313–7318. DOI: 10.1073/pnas.1618923114
6. Triantafyllopoulou, P., Clark-Hughes, C., & Langdon, P. E. (2022). Social media and cyber-bullying in autistic adults. *Journal of Autism and Developmental Disorders*, 52, 4966–4974. DOI: 10.1007/s10803-021-05361-6
7. Kowalski, R. M., & Limber, S. P. (2013). Psychological, physical, and academic correlates of cyberbullying and traditional bullying. *Journal of Adolescent Health*, 53(1, Suppl.), S13–S20. DOI: 10.1016/j.jadohealth.2012.09.018
8. Schneider, C., Leest, U., Katzer, C., & Jäger, R. S. (2014). Mobbing und Cybermobbing bei Erwachsenen: Eine empirische Bestandsaufnahme in Deutschland. Bündnis gegen Cybermobbing e. V.

Vielen Dank für euren
Einsatz für eine bessere
mentale Gesundheit von
Schüler:innen!



MENTAL²

Der Social Proof Report ist Teil des Mental²-
Kooperationsprojektes zwischen der Techniker
Krankenkasse, Kopfsachen e.V. und Social Proof.

SOCIAL PROOF REPORT DER NEWSLETTER ZUR MENTALEN GESUNDHEIT JUNGER MENSCHEN