

ONLINE-HASSKAMPAGNE GEGEN BILDUNGSSTÄTTE ANNE FRANK

**„Menschenverachtende
Hetze gegen unsere junge
Kollegin hat selbst uns
überrascht und zutiefst
verstört. In dieser Menge
und Härte haben wir das
noch nicht erlebt“**

- Radikalisierte Fitness- und Ernährungs-Influencer greifen Bildungsstätte Anne Frank auf Social Media an / Die Frankfurter Einrichtung dokumentiert Hass-Kampagne nach TikTok-Video über antisemitischen Begriff „Goyslop“
- Direktorin Dr. Deborah Schnabel: „Antisemitismus erreicht in der Fitness-Szene Millionen“

Auf die Aufklärungsarbeit folgt der Angriff: Ein kurzes Erklärvideo auf TikTok, in dem die Bildungsstätte Anne Frank über antisemitische Begriffe in der digitalen Fitness- und Ernährungsszene aufklärt, hat eine Welle von Hassreaktionen ausgelöst. Mehrere reichweitenstarke Fitness- und Ernährungs-Influencer – darunter Fabian Kowallik, „Coach Aaron“ und „Maxx Natur“ – reagierten. Die Folge: eine Flut sexistischer und antisemitischer Beschimpfungen.

Dr. Deborah Schnabel, Direktorin der Bildungsstätte Anne Frank: „Antisemitische Hetze sehen wir tagtäglich im Netz und auch in den Kommentarspalten auf unseren Accounts. Dieses Ausmaß an offenem Antisemitismus und die menschenverachtende Hetze gegen unsere junge Kollegin – das hat selbst uns überrascht und zutiefst verstört. In dieser Menge und Härte haben wir das noch nicht erlebt.“

Die Bildungsstätte Anne Frank ordnet die Vorgänge als Beispiel dafür ein, wie Antisemitismus in Online-Lifestyle-Communitys normalisiert und alltäglich wird.

Verselbständigung antisemitischer Begriffe

In den Reaktionen auf das Erklärvideo verschob sich die Aufmerksamkeit schnell auf das Aussehen der Presenterin der Bildungsstätte. „Maxx Natur“ erklärte, dicke Menschen könne man „natürlich nicht ernst nehmen“, und sagte Sätze wie „Fette sind keine Menschen“ und „Hört nicht auf fette Menschen“. Auf ein Solidaritätsvideo reagierte er mit weiteren Herabsetzungen und antisemitischen Äußerungen, unter anderem mit dem Begriff „Großnasenleute“. Die Bildungsstätte betont, dass die frauenfeindliche, auf Aussehen und Körpergewicht zielende Stoßrichtung kein Nebenaspekt ist: Sie soll die Person delegitimieren und den antisemitischen Gehalt der Aussage aus der Debatte halten. Zudem sei die Abwertung von Frauen typischer Bestandteil von Männlichkeitsbildern in der Szene, für die der verurteilte Menschenhändler Andrew Tate oft stilgebend ist.

Die Zitate des Influencers @maxxnatur lassen an Deutlichkeit nichts zu wünschen übrig:

„Sehr viele Firmen, die Goy-slop verkaufen, also hochverarbeiteten Bullshit, gehören halt Juden und das wird halt an unsere Bevölkerung verkauft und wir werden alle fett, hässlich und dumm davon. Das ist kein Antisemitismus. Das ist ein Fakt. Schaut euch an wem Nestle gehört. Wem alle anderen Goy-slop-Firmen in dieser Welt gehören, es sind immer dieselben (...). Komischerweise konsumieren sie aber ihren eigenen Fraß gar nicht. Dafür brauchst du ja das Kosherlabel. Und die ganzen Sachen, die sie an uns verkaufen, haben das Kosherlabel meistens nicht. Weil wenn ihr nach Israel geht, dort gibt es nicht so viel Sachen mit Samenölen und generell hochverarbeiteten Sachen.“

Zum Hintergrund: **Der Begriff „Goy-slop“, über den das TikTok-Video der Bildungsstätte aufklärt, verbindet „Goy“ (jiddisch für Nichtjude) mit „Slop“ (englisch für Fraß). Die dahinterstehende Behauptung: Jüdische Akteure produzierten absichtlich minderwertige Nahrung, um nichtjüdische Menschen krank, schwach und gefügig zu halten. „Dabei handelt es sich um eine moderne Variante der Brunnenvergifter-Erzählung, übertragen auf das Supermarktzeitalter“, erläutert Schnabel. Der Begriff stammt aus der rechtsextremen Netzkultur, ist aber inzwischen in eine Szene eingedrungen, die über TikTok und Instagram Millionen Menschen erreicht, vor allem junge Männer. In dieser**

Szene ist jegliche industrielle Nahrung automatisch „Goyslop“, also Produkt einer jüdischen Verschwörung.

Unzureichende Meldemechanismen der Plattformen

Auch das Verhalten der Plattformen spielen eine Rolle: Instagram löschte die feindseligen Beiträge zunächst und stellte sie später wieder her. Aktuell ist das Video offline – ein Katz- und-Maus-Spiel. Für die Betroffene und die Bildungsstätte ist das ein fatales Signal.

„Wenn Plattformen gelöschte Hetze wieder online stellen, senden sie die Botschaft: Dieses Sprechen ist erlaubt“, so Schnabel. „Plattformentscheidungen sind keine Nebensache. Sie strukturieren mit, was sagbar bleibt und was folgenlos gesagt werden kann.“

Die Influencer ermunterten ihr Publikum zudem, die Bildungsstätte mit Kommentaren zu überschwemmen. Es folgte eine Flut antisemitischer, sexistischer und grenzverletzender Nachrichten und Memes. In dieser Menge und Härte habe die Bildungsstätte das noch nicht erlebt, sagt Schnabel und erklärt: „Die massenhafte Aggression ist Teil des Mechanismus: Sie soll einschüchtern und den Preis für Widerspruch erhöhen.“ Der Fall zeige auch, dass die automatisierten Sicherheitsfilter der Plattformen wie TikTok nicht in der Lage sind, Antisemitismus in Memes und Bildern herauszufiltern. „Da sehen wir die Plattformen ganz klar in der Pflicht nachzubessern.“

Online-Hass als Geschäftsmodell: Mit Antisemitismus Geld verdienen

Die Bildungsstätte Anne Frank beschreibt Accounts wie „Maxx Natur“ und Co. als besonders laute, aber symptomatische Erscheinungen. In der Szene rund um Rohmilch, rohes Fleisch und „natürliche“ Ernährung würden antisemitische Motive oft beiläufig eingestreut – etwa durch Andeutungen über „israelische Laborschokolade“ oder angebliche „Eliten“. Im Kommentarbereich würden diese Andeutungen dann vereindeutigt: Da ist die Rede dann von „kinderfressenden Eliten“ und „Nasenmenschen“ – alles antisemitische Codes. „Antisemitismus tritt in dieser Szene selten als geschlossene Weltanschauung auf“, sagt Direktorin Schnabel. „Er kommt als Andeutung, als Code, als Witz daher – und wird gerade dadurch anschlussfähig.“

Hinzu kommt das Geschäftsmodell: Wer viele Anhänger hat, verdient mit Werbung, Affiliate-Links, Rabattcodes und eigenen Produkten. **„Wer mit solchen Accounts kooperiert, finanziert nicht nur Reichweite, sondern auch die Verbreitung von Antisemitismus und Frauenfeindlichkeit mit“, so Schnabel. Die Bildungsstätte verweist auf ihren Report „Zwischen Gym und Weltverschwörung“, der die Verbindungen zwischen Fitness-, Ernährungs- und Verschwörungsszenen analysiert. „Was wir gerade erleben, beweist auf tragische Weise unsere Thesen aus dem Report.“**

Die Bildungsstätte Anne Frank empfiehlt, antisemitische, rassistische, und sexistische und anderweitig menschenverachtende Inhalte auf den Plattformen zu melden und in Schulen und Jugendeinrichtungen über die Vorfälle zu sprechen. Und sie fordert Lebensmittelproduzenten auf, bei Kooperationen mit Influencer*innen genauer hinzusehen. „Normalisierung beginnt dort, wo solche Angriffe als hinnehmbar gelten“, sagt Deborah Schnabel.

Der Fall zeigt, wie wichtig diese Aufklärungsarbeit gegen Antisemitismus im Netz ist. Das Video der Bildungsstätte war über die letzten Tage eines der oben gelisteten Beiträge bei

TikTok, wenn man den Begriff „Goyslop“ auf der Plattform in die Suchmaske eingibt. Der überwältigende Großteil der Beiträge, die hier angezeigt werden, enthält antisemitische Verschwörungstheorien. „TikTok wird heute als Suchmaschine genutzt. Wer sich über den Begriff informieren möchte, findet dann vor allem antisemitische Beiträge – auch weil es so wenig politische Bildungsarbeit auf den Plattformen gibt.“ Schnabel und ihr Team fühlen sich bestärkt, die politische Bildung gegen Antisemitismus im Netz fortzusetzen, junge Menschen zu sensibilisieren – in der Schule, Jugendarbeit und bei Social Media – und jüdische Betroffene zu stärken.

Hintergrundinformationen für die Presse

Auf Wunsch stellen wir Ihnen Belege und Screenshots zu den zitierten Aussagen zur Verfügung.

Der neue Digitalreport „Zwischen Gym & Weltverschwörung. Wie Antisemitismus & Antigenderismus autoritäre Milieus auf Social Media verbinden“ steht zum kostenlosen Download auf der Website der Bildungsstätte Anne Frank bereit:

<https://bsaf.info/ReportAutoritarismus>

Auch die vorangegangenen Digitalreports sind weiter online abrufbar:

- **„Der Holocaust als Meme.** Wie Geschichte in digitalen Räumen umgedeutet wird“
- **„Das TikTok-Universum der (extremen) Rechten.** Trends, Strategien und Ästhetik in der Social-Media-Kommunikation“
- **„Die TikTok-Intifada.** Der 7. Oktober und die Folgen im Netz“

Mehrere aktuelle Projekte der Bildungsstätte Anne Frank haben einen spezifischen Fokus auf Antisemitismus im Netz – darunter das **Forschungsprojekt „Zwischen Like und Hass“**, das in Kooperation mit der Frankfurt University of Applied Sciences die Wahrnehmung von Online-Antisemitismus durch junge Menschen untersucht (gefördert vom Hessischen Ministerium für Wissenschaft und Forschung, Kunst und Kultur im Rahmen des Programms „Stärkung der Demokratieforschung Hessen“) oder das vor allem auf die Fortbildung von Lehrkräften, Eltern und Multiplikator*innen zielende **Hessische Kompetenzprogramm: Antisemitismus im Netz** (gefördert im Rahmen des Landesprogramms „Hessen – Aktiv für Demokratie und gegen Extremismus“).

Weitere Projekte fokussieren die **Stärkung junger jüdischer Netz-Akteur*innen** („Jüdische Netzakademie“, gefördert durch die Gemeinnützige Hertie-Stiftung) sowie die **Sensibilisierung von Netz-Aktiven** (#DigitalDemocracy gefördert vom BMFSJ im Rahmen des Bundesprogramms Demokratie leben!), oder schulen Einrichtungen der historisch-politischen Bildung bei der Professionalisierung ihres Social Media-Auftritts (Projektförderung durch die Antisemitismus-Beauftragte des Landes NRW).

Über die Bildungsstätte Anne Frank

Als Zentrum für politische Bildung ist die Bildungsstätte Anne Frank e.V. in Frankfurt, Hessen und bundesweit aktiv, um Jugendliche und Erwachsene für Antisemitismus, Rassismus und verschiedene Formen von Diskriminierung zu sensibilisieren – und für die aktive Teilhabe an einer offenen und demokratischen Gesellschaft zu stärken.

#Antisemitismus

Marie-Sophie Adeoso
Ansprechpartnerin für
die Presse

T. (+49)69 560 00 - 264
M. madeoso@bs-anne-frank.de
→ bs-anne-frank.de

Hansaallee 150 |
60320 Frankfurt am Main