



Online-Special
Qualitäten der
Fernsehwerbung
AS



HOME > DIGITAL > KAMPF GEGEN KREUZ.NET: SPENDEN FÜR NOCH MEHR KOPFGELD

LOGIN | REGISTF



Tino Henn (l.) und David Berger wollen die Macher von Kreuz.net enttarnen. © Foto:obs / Verlag Bruno Gmünder

09.10.2012 BRUNO GMÜNDER VERLAG

Kampf gegen Kreuz.net: Spenden für noch mehr Kopfgeld

von Frank Zimmer

Im Kampf gegen die anonymen Macher von **Kreuz.net** soll das Kopfgeld erhöht werden. Jetzt gibt es auch ein Spendenkonto, um die Hintermänner des fundamentalistischen Digital-Kreuzzugs gegen Schwule zu enttarnen. Die offiziell in den USA ansässige deutschsprachige Website hatte RTL-Moderator **Dirk Bach** nach dessen Tod als "Homo-Gestörten" und sexuell krank geschmäht. Daraufhin setzte der Berliner **Bruno Gmünder Verlag** ein "Kopfgeld für juristisch verwertbare Informationen" über das Portal aus. Binnen 48 Stunden seien "hunderte Hinweise auf stopptkreuznet@brunogmuender.com eingegangen", teilt der Verlag mit. Ab sofort kann für die Kampagne auch gespendet werden. Das eingesammelte Geld fließt auf ein Notarkonto und soll zur Erhöhung der Prämie und für weitere Rechercharbeiten eingesetzt werden.

0

Xing

"Auch der kleinste Betrag hilft", glaubt Verlagschef **Tino Henn**. "Aber natürlich freuen wir uns sehr, wenn andere Unternehmen oder Einzelpersonen die Aktion mit größeren Summen unterstützen." Als Kampagnen-Koordinator ist Kirchenkritiker und Buchautor **David Berger** ("Der heilige Schein") mit dabei.

Ziel der Aktion sei es nicht, die Website zu hacken, macht Henn klar. "Es geht uns...darum, die Hintermänner dingfest zu machen und zur Verantwortung zu ziehen." Kreuz.Net ist nach eigenen Angaben eine "Initiative einer internationalen privaten Gruppe von Katholiken in Europa und Übersee, die hauptberuflich im kirchlichen Dienst tätig sind". Namen nennt die Website auch im Impressum nicht.

Artikel bewerten

0

1

Vielen Dank, Ihre Bewertung wurde registriert!

LESERKOMMENTARE

▼ BEREICH ÖFFNEN

Anzeige

TOP AKTUELL TOP

GEKLIKT

Medien: "Tatort" und "X Factor" punkten im September in den Social-TV-Charts

Digital: BVDW startet Bewerbungsphase für SEO-und SEA-Zertifikat 2013

Marketing: Postbank und BBDO entsorgen das Sparschwein

Aktuell in LEAD digital

Mobile: Zehn Prozent aller Apps spionieren Passwörter aus

Mobile: Mercedes: Twitter-User bestimmen Ausgang des TV-Spots

Social Media: Wie Facebook Marken das Leben schwer macht

Anzeige