

STUDIE

DESINFORMATION IN DEUTSCHLAND

Gefahren und mögliche Gegenmaßnahmen aus Sicht von Fachleuten



Eine Expert:innenbefragung von Fiete Stegers von der Hochschule für Angewandte Wissenschaften (HAW) Hamburg
im Auftrag der Vodafone Stiftung Deutschland

Inhalt

Einleitung	3
Zusammenfassung der Ergebnisse	4
Die Ergebnisse im Detail	6
„Fake News“ und ihre Verbreitung	6
Was sind „Fake News“?	6
Begriff „Fake News“ wird als ungeeignet abgelehnt	7
Wenig aufwendige Desinformation dominiert, Deep Fakes spielen noch keine Rolle	9
Plattformen: Telegram schließt zu Reichweiten-Riesen auf	12
Anfälligkeit und Auswirkungen	13
Aufgreifen von „Fake News“ in klassischen Medien wichtiger Reichweitenfaktor	13
Desinformaton: Ältere Menschen anfälliger für Desinformation als jüngere	15
Expert:innen befürchten vor allem Polarisierung und Radikalisierung Einzelner	16
Aktuelle Entwicklungen	17
„Infodemie“: Falschinformationen verbreiten sich so schnell wie das Virus	17
Corona: Breite Verunsicherung und bekannte Akteur:innen	18
„Messengerisierung“ und Professionalisierung	19
Bundestagswahl 2021: Falschinformationen spielen eine Rolle – nur wie stark?	21
Mögliche Gegenmaßnahmen	23
Social-Media-Plattformen und Bildungseinrichtungen sollen aktiv werden	23
Medienkompetenz soll in allen Altersgruppen aufgebaut werden	26
Forschungsbedarf	26
Fazit und Empfehlungen	28
Anhang	30
Methode	30
Befragte	30
Literatur	33
Impressum	34

Einleitung

Was sind „Fake News“? Welche Gefahr geht von ihnen aus, welche aktuellen Entwicklungen gibt es und was können wir dagegen tun? Ziel dieser Studie war es, vier Jahre nach der Popularisierung des Begriffs „Fake News“ durch die US-Wahl 2016, im ersten Jahr der Corona-Pandemie und im Vorgriff auf die Bundestagswahl 2021 zu beleuchten, welche Erkenntnisse und Entwicklungen Fachleute in Deutschland zu im Internet verbreiteten Falschinformationen als wichtig erachten. Zu diesem Themenkomplex beantworteten mehr als 60 Expert:innen aus Wissenschaft, Medien, Politik, Zivilgesellschaft und Digitalwirtschaft im Frühjahr/Sommer 2020 unsere Umfrage.

Gewählt wurde die Methode eines Fragebogens mit teils offenen, teils geschlossenen Fragen, um eine Vielzahl unterschiedlicher Aspekte gleichzeitig zu erfassen, die über den Fokus von Einzelstudien zu bestimmten Nachrichtereignissen oder Plattformen hinausgehen – mit dem Ziel, einen Überblick zu bieten und darzustellen, wo Konsens in der deutschen Expert:innen-Community herrscht. So fehlen zum Beispiel großflächige, systematische Erhebungen darüber, wie verbreitet verschiedene Formen von „Fake News“ über alle Plattformen hinweg in Deutschland sind. Um diese Lücke zu schließen, zeigt die Studie die von den befragten Fachleuten beobachtete Häufigkeit bestimmter Arten von Falschinformationen auf und gibt ihre Einschätzungen zur Relevanz einzelner Plattformen wieder. Zudem wurden diese theoretisch wie technisch mit dem Thema befassten Fachleute nach der Effektivität von Maßnahmen gegen Falschinformationen befragt, aber auch danach, wie sie die Verwendung des Begriffs „Fake News“ in der öffentlichen Debatte beurteilen. Denn obgleich der Begriff schon bald, nachdem er ins Scheinwerferlicht der Öffentlichkeit geraten war, von verschiedenen Fachleuten für untauglich erklärt wurde (Wardle 2017), ist er im allgemeinen Sprachgebrauch zu einer festen Größe geworden.

Zusammenfassung der Ergebnisse

- Den in der öffentlichen Diskussion gebräuchlichen Begriff „Fake News“ stufen die befragten Fachleute übereinstimmend als problematisch ein (→ **Abbildung 2**). Er sei zu unpräzise und werde zudem häufig zur Diskreditierung seriöser Berichterstattung oder politischer Gegner:innen gebraucht (→ **Abbildung 3**).
- Viele Expert:innen bevorzugen stattdessen Begriffe bzw. Begriffspaare wie
 - Desinformation und
 - Missinformation oder Falschinformation.
 Desinformation hebt den manipulativen Charakter absichtlicher Fehlinformationen hervor. Missinformation und Falschinformation grenzen vom erstgenannten Begriff in der Gegenüberstellung unabsichtlich verbreitete Falschmeldungen ab. Falschinformation wird jedoch häufig auch als Oberbegriff für beides benutzt. Eine eindeutige, allgemein akzeptierte Terminologie hat sich jedoch noch nicht herausgebildet.¹
- Die Social-Media-Dienste WhatsApp, Facebook und YouTube tragen nach Ansicht der Expert:innen derzeit am meisten zur Verbreitung von Miss- und Desinformation bei (→ **Abbildung 6**). Gleichzeitig sehen sie einen Trend der Abwanderung von Desinformation auf weniger regulierte Plattformen und Messengerdienste, allen voran den Dienst Telegram (→ **Abbildung 13**).
- Klassische Medien stecken in einer Zwickmühle: Einerseits sollen sie Bürgerinnen und Bürger über kursierende Missinformation/Desinformation aufklären, andererseits wirkt ihre Berichterstattung möglicherweise unabsichtlich als Verstärker für diese (→ **Abbildung 7, 8**).
- Verzerrende Darstellungen und Behauptungen sind die Formen der Desinformation, die in Deutschland am weitesten verbreitet sind. Computergenerierte „Deep Fake“-Videos spielen dagegen nach Ansicht der befragten Expert:innen bislang noch keine Rolle (→ **Abbildung 5**).
- Das Corona-Virus hat auch zu einer „Infodemie“ geführt, einer massenhaften und schnellen Verbreitung von Falschinformationen. Bezogen auf Deutschland stimmen knapp 80 % der Umfrageteilnehmer:innen dieser Einschätzung zu. Die internationale Ebene betrachtend, sind es sogar fast 90 % (→ **Abbildung 11, 12**).
- Fast alle Befragten sehen weltweit deutliche Auswirkungen von Miss- und Desinformation, in etwas geringerem Maße auch in Deutschland (→ **Abbildung 10**). Die größten Gefahren sind dabei die zunehmende Polarisierung der Gesellschaft sowie die Radikalisierung einzelner Bürger:innen. Dass Wahlen durch Desinformation manipuliert werden können, wird als deutlich weniger wahrscheinlich eingestuft. Immerhin ein Fünftel der Befragten hält dieses Risiko aber auch in Deutschland für (eher) wahrscheinlich.

¹ Diese Befragung verwendete das Begriffspaar Missinformation/Desinformation, um das Themenfeld unabsichtlicher bzw. absichtlicher Verbreitung von Falschinformationen – insbesondere über das Internet und Social Media – zu beschreiben.

- Für die Bundestagswahl 2021 gibt es keine eindeutige Einschätzung: Während ein Teil der Expert:innen der Miss- und Desinformation im Wahlkampf eine hohe oder zumindest nicht zu unterschätzende Bedeutung beimisst, ist ihre Bedeutung nach Ansicht anderer Befragter u. a. von der weiteren Entwicklung der Corona-Pandemie und dem Verhalten einzelner Akteur:innen abhängig und somit schwer vorhersehbar (→ **Abbildung 14**).
- Ältere Menschen sind nach Ansicht der Befragten deutlich gefährdeter als junge Menschen, Opfer von Desinformationskampagnen zu werden. Entscheidend für die Anfälligkeit ist, ob Menschen der transportierten Botschaft ohnehin zugeneigt sind und sie sich durch sie bestätigt fühlen (→ **Abbildung 9**).
- Zur Bekämpfung von Miss- und Desinformationen sind nach Ansicht von mehr als 90 % der Expert:innen vor allem weitere Maßnahmen der Social-Media-Plattformen sowie von Bildungseinrichtungen nötig (→ **Abbildung 15**). Medienkompetenz muss dabei aber nicht nur an Schüler:innen, sondern an Bürger:innen aller Altersgruppen vermittelt werden (→ **Abbildung 17, 18**). Die Wirkung gesetzgeberischer Maßnahmen wird dagegen eher zurückhaltend betrachtet.
- Die Wirkung von als „Fake News“ bezeichneten absichtlichen und unabsichtlichen Fehlinformationen auf Individuen – also die Frage, inwieweit die Begegnung damit tatsächlich zu Einstellungs- oder Verhaltensänderungen führt – wird am häufigsten als Feld genannt, zu dem Erkenntnisse fehlen (→ **Abbildung 19**).

Die Ergebnisse im Detail

„Fake News“ und ihre Verbreitung

Was sind „Fake News“?

„Fake News“ sind mittlerweile zu einem geflügelten Wort geworden. Doch trotz Dudenetrags kann das individuelle Verständnis und die Verwendung des Begriffs stark variieren, wie sich in der politischen und gesellschaftlichen Debatte immer wieder zeigt. Oder bildet sich inzwischen eine gesellschaftliche akzeptierte Definition heraus? Um diese Frage zu beleuchten, wurden die Expert:innen zunächst danach gefragt, was nicht sie selbst, sondern die Bürger:innen unter „Fake News“ verstehen. Anschließend wurden die befragten Fachleute um eine Bewertung dieses Verständnisses gebeten.²

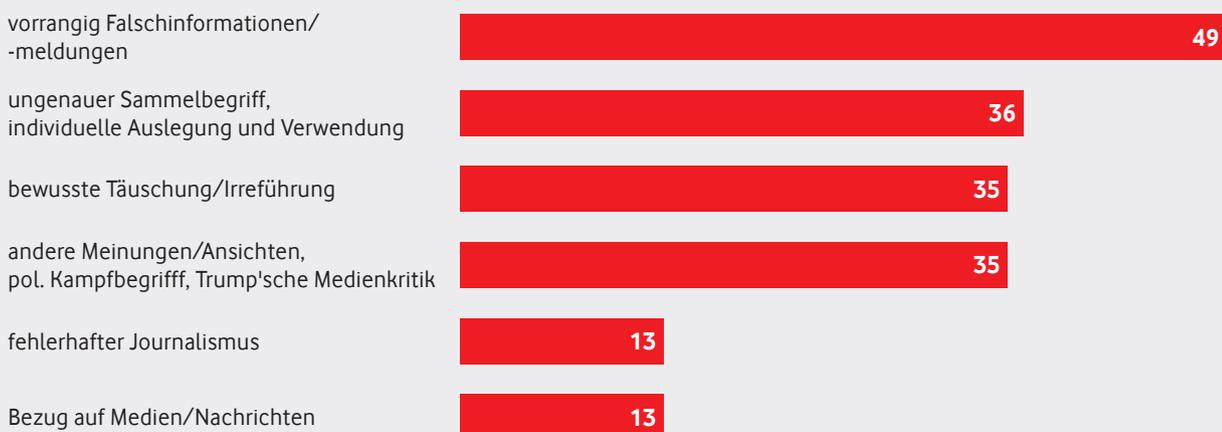
Nach Einschätzung der Expert:innen gibt es zwar einen erkennbaren Wesenskern des Begriffs „Fake News“. So wurde am häufigsten genannt, dass Bürger:innen den Begriff vorrangig mit Falschmeldungen oder Falschinformationen assoziieren. Mehr als die Hälfte der Befragten wies aber darauf hin, dass der Terminus im allgemeinen Sprachgebrauch ein ungenauer Sammelbegriff sei. Dessen Auslegung könne sich aber individuell stark unterscheiden. Ebenfalls mehr als die Hälfte der Befragten geht davon aus, dass die absichtliche Irreführung oder Täuschung auch in den Augen von Bürger:innen ein wichtiges Kriterium sei, um etwas als „Fake News“ zu bezeichnen.

Andere Befragte wiesen darauf hin, dass der Begriff auch als pauschale Medienschelte gebraucht werde, oder führten die Benutzung als Kampfbegriff in politischen Auseinandersetzungen an. Das Kriterium, dass „Fake News“ explizit einen Bezug zu den Medien

² Die Freiantworten auf diese und andere offene Fragen wurden anschließend ausgewertet und nachträglich codiert (die Häufigkeit wird im Folgenden in absoluten Zahlen dargestellt).

Abbildung 1: „Fake News“ im allgemeinen Sprachgebrauch

Frage: „Was verstehen Bürger:innen unter ‚Fake News‘?“ (Offene Frage*, Mehrfachantworten möglich, n = 63)



*Codierte Kategorien, auf Basis der Freitextantworten.

„Alle möglichen Formen von falschen oder nicht ganz korrekten und halb-garen Informationen. Überwiegend bezogen auf das Internet, aber nicht nur. Mittlerweile auch verwendet im Alltag, teilweise ironisch, für allerlei unsichere oder irreführende Information. Teilweise auch Anleihen an den Kampfbegriff-Gebrauch à la Trump, in der Regel in Deutschland aber deutlich weiter gefasst.“

Tanjev Schulz, Universität Mainz

Was verstehen Bürger:innen unter „Fake News“?

„Bürger:innen verstehen Fake News eher als Sammelbegriff für unterschiedliche Formen der Desinformation. Eine genauere Unterscheidung verschiedener Phänomene wird dadurch verhindert. Zusätzlich wird Fake News von einer gesellschaftlichen Minderheit auch als eine Art Kampfbegriff verwendet, um sich gegen öffentlich-rechtliche und andere seriöse journalistische Einrichtungen, Formate und Inhalte zu wenden.“

Björn Schreiber, Freiwillige Selbstkontrolle Multimedia³

³ Schreiber ist inzwischen nicht mehr dort tätig.

⁴ Die Studie „Die Jugend in der Infodemie“ der Vodafone Stiftung Deutschland zeigt, dass zumindest junge Menschen teilweise diese Unterscheidung nicht machen und „Fake News“ auch mit den klassischen Medien in Verbindung bringen (Vodafone Stiftung Deutschland 2020, S. 8).

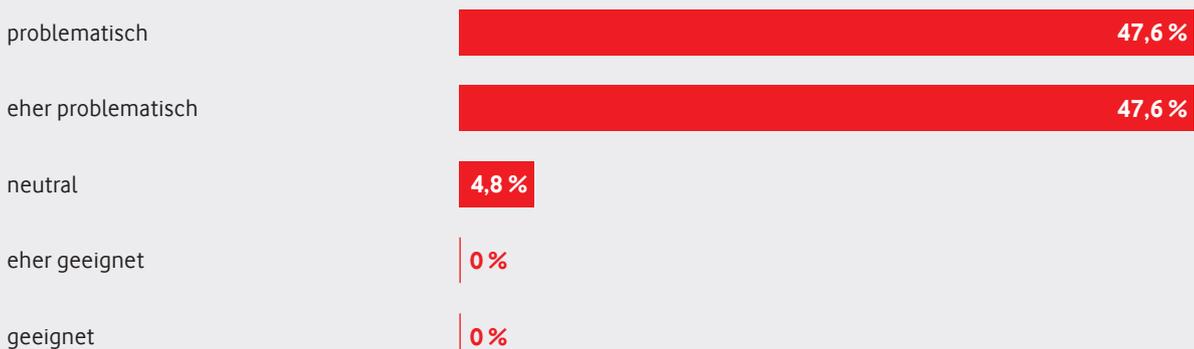
oder zur Nachrichtenberichterstattung aufweisen oder aber vor allem über Social-Media-Kanäle verbreitet werden (so definiert der Duden das Stichwort), wurde von knapp einem Viertel der 63 Befragten genannt. Eine – letztlich spekulative – Erklärungsmöglichkeit dafür, dass dieses Umfrageergebnis niedriger als erwartet ausfiel, könnte sein, dass dieses Kriterium von vielen der in ihrer professionellen Funktion Befragten als selbstverständlich vorausgesetzt wurde.⁴ Auch schlechter oder fehlerhafter Journalismus wird laut Aussage von knapp einem Viertel der Befragten von vielen Bürger:innen unter dem Begriff „Fake News“ subsumiert.

Begriff „Fake News“ wird als ungeeignet abgelehnt

Die Verwendung des Begriffs „Fake News“ in der allgemeinen öffentlichen Debatte, z. B. durch Politik oder Medien, stuften fast alle (95,2 %) der professionell mit dem Thema befassten Expert:innen als problematisch oder eher problematisch ein. Hingegen stufte niemand die Verwendung des Begriffs als „(eher) geeignet“ ein.

Abbildung 2: Bewertung des Begriffs „Fake News“

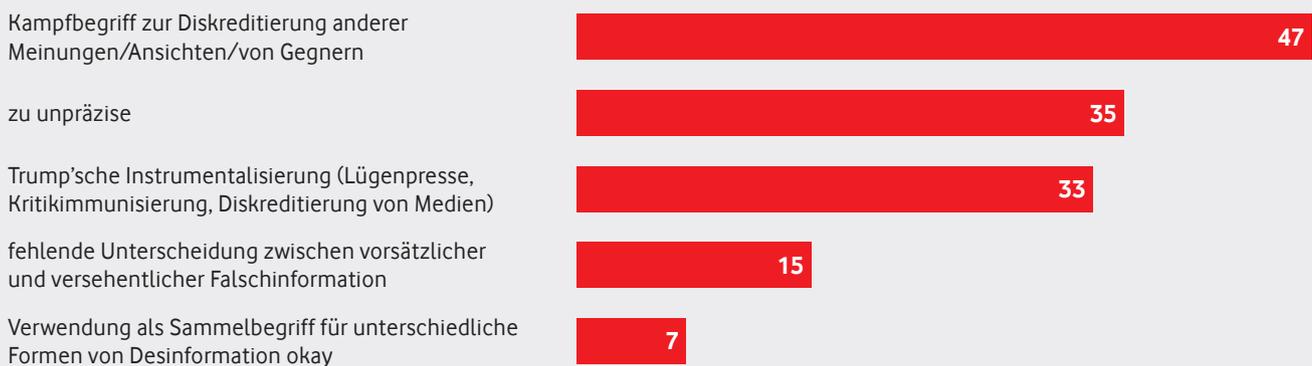
Frage: „Wie beurteilen Sie die Benutzung des Begriffs ‚Fake News‘ in der allgemeinen öffentlichen Debatte, z. B. durch Politik oder Medien?“ (n = 63)



Problematisch ist der Begriff „Fake News“ nach Meinung der befragten Fachleute einerseits vor allem durch seine Verwendung als Kampfbegriff zur Diskreditierung anderer Meinungen (47 Nennungen) im Allgemeinen sowie zur Diskreditierung von Medien(bericht) erstattung insbesondere durch den ehemaligen amerikanischen Präsidenten Trump („You are fake news“, 33 Nennungen). Außerdem ist der Begriff nach mehrheitlicher Meinung (35) zu unpräzise und unterscheidet nicht zwischen vorsätzlicher und unabsichtlicher Falschinformation (15 Nennungen). Einige Befragte (7) halten die Verwendung im Alltag als Sammelbegriff für unterschiedliche Formen von Miss- und Desinformationen, ggf. mit zusätzlicher Präzisierung, jedoch für vertretbar.

Abbildung 3: Bewertung des Begriffs „Fake News“ (Gründe)

Frage: „Bitte begründen Sie Ihre Einstufung kurz.“ (Offene Frage*, Mehrfachantworten möglich, n = 63)



*Codierte Kategorien, auf Basis der Freitextantworten.

„Gerade in rechtspopulistischen Kreisen wird der Begriff ‚Fake News‘ oft zur Kritikimmunsierung genutzt. Entlarvende Berichterstattung wird als manipuliert und gefälscht dargestellt, auch um das Vertrauen in die Medien zu untergraben.“

Alexa Waschkau, Podcast „Hoaxilla“

Wie beurteilen Sie die Benutzung des Begriffs „Fake News“ in der allgemeinen öffentlichen Debatte, z. B. durch Politik oder Medien?

„Der Begriff ist verloren.“

Philip Kreißel, Initiative „Ich bin hier“

Nach einem alternativen, besser geeigneten Begriff gefragt, wird der Begriff Desinformation am häufigsten genannt, teils als Begriffspaar in Kombination mit Falschinformationen, Falschmeldung oder Missinformation. Hier wird also eine Unterscheidung zwischen gezielter und unabsichtlicher Fehlinformation vorgenommen. Für einen kleineren Anteil der Befragten ist Falschmeldungen bzw. Falschnachrichten als Begriff ausreichend, während andere eher eine präzise Unterscheidung unterschiedlicher Formen falscher Informationen für geboten halten. Einige Befragte schlagen – kontextabhängig – vor, sie als „Lügen“ zu brandmarken.

Angesichts der bisherigen Verbreitung des Begriffs ist davon auszugehen, dass es weiterhin ein Nebeneinander von unklarem Alltagsbegriff und präziserer Fachterminologie geben wird. Letztere muss sich erst noch vollständig etablieren, wird aber wohl mittelfristig über Politikberatung und Bildungsmaßnahmen langsam weitere Verbreitung erfahren, wie in Ansätzen bereits zu beobachten ist.

Welche(r) Begriff(e) ist/sind Ihrer Meinung nach am ehesten geeignet, um die Verbreitung von Falschinformationen – insbesondere über das Internet und Social Media – zu beschreiben?

„Ich denke, dass Falsch- und Desinformation dafür gut geeignet sind, weil dieses Begriffspaar unterschiedliche Abstufungen erkennen lässt: So ist Falschinformation nicht zwingend mit einer Absicht verbunden, Desinformation aber schon.“

Florian Meißner, Heinrich-Heine-Universität Düsseldorf/NewsGuard⁵

⁵ Meißner ist inzwischen für die Macromedia University of Applied Sciences tätig.

Wenig aufwendige Desinformation dominiert, Deep Fakes spielen noch keine Rolle

Miss- und Desinformation kann ganz unterschiedliche Formen annehmen: von irreführenden Bildunterschriften über das Teilen längst veralteter, aber als aktuell ausgegebener Informationen bis zu komplett erfundenen Artikeln oder computergenerierten Videos, die vermeintlich echte Personen zeigen. Insbesondere vor den möglichen Folgen solcher täuschend echter Deep-Fake-Videos wird in den Medien eindringlich gewarnt.⁶

⁶ „Forscher warnt: Jeder kann jetzt gute Deepfakes erstellen“, titelt etwa Der Standard (N. N. 2020). „Mit Deep Fakes wird die Wahrheit sterben“, heißt es im Guardian (Schwartz 2018). „So könnten innerhalb von wenigen Jahren perfekte und praktisch nicht nachweisbare Deep Fakes möglich sein“, zitiert Technology Review den Experten Hao Li (O’Neill & Chen 2019).

In der Praxis spielt diese komplexe Technologie jedoch nach Ansicht der Expert:innen noch keine Rolle. Betrachtet man die unterschiedlichen Formen von Falschinformationen, dominieren in Deutschland demnach andere Arten. Am häufigsten verbreitet sind nach Erfahrungen der Befragten verzerrende Darstellungen sowie Behauptungen, bei denen Meinungen im Vordergrund stehen, die sich nicht auf Fakten zu stützen. Auch suggestive Deutungen sowie Gerüchte gehören demnach nach zu den am weitesten verbreiteten Arten von Falschinformationen. Diesen Formen ist gemeinsam, dass sie ohne größeren Aufwand in Umlauf gebracht werden können, z. B. in Form eines kurzen Text-Postings.

Abbildung 4: Vereinfachte Schematisierung von „Fake News“ für Schülerinnen und Schüler⁷

Fake, Witz oder Schlamperei?

Diese Arten von Falschmeldungen und Irreführung gibt es im Netz.

FAKE NEWS

In den Medien und im Internet, besonders Social Media, in manipulativer Absicht verbreitete Falschmeldungen (Duden)



KEINE FAKE NEWS

Journalismus, der einem persönlich nicht gefällt, ist nicht gleich „Fake News“. Der Begriff wird jedoch häufig in politischen Diskussionen als Schimpfwort verwendet, um den Gegner oder den Medien zu unterstellen, sie würden absichtlich falsch berichten.



⁷ Quelle: Unterrichtsmaterialien der Initiative Klickwinkel: <https://klickwinkel.de/tutorials/wie-sich-fake-news-vertreiben/> Die Einteilung orientiert sich an Kategorien von First Draft und Stiftung Neue Verantwortung.

Am wenigsten verbreitet sind hingegen technisch aufwendigere Formen von Falschinformationen wie das Kopieren des Erscheinungsbildes eines echten Mediums oder die viel diskutierten „Deep Fake“-Videos (*synthetic media*). Bei Deep-Fake-Videos wird mittels eines selbstlernenden neuronalen Netzwerks beispielsweise die Aufnahme eines Gesichts täuschend realistisch auf den Körper einer anderen Person montiert. Es gibt verbreitete Warnungen, dass so z. B. gefälschte Videos als vermeintliche Beweise für das Fehlverhalten von Personen angefertigt und in Umlauf gebracht werden könnten. Auch andere Methoden der Videomanipulation werden nach Einschätzung der Expert:innen eher selten eingesetzt. Manipulierte Bilder, z. B. Fotomontagen, die auf der Komplexitätsskala im Mittelfeld einzuordnen sind, sind nach Meinung der Befragten dagegen deutlicher stärker verbreitet.

Im Mittelfeld platzieren sich Antwortmöglichkeiten („handwerkliche Fehler im Journalismus“, „parteiischer Journalismus“, „Satire und Scherze“), deren Einordnung im Feld von Missinformation/Desinformation weniger eindeutig ist, wie von verschiedenen Befragten angemerkt wurde. Um ein umfassenderes Bild zu ermöglichen, waren diese jedoch in der Umfrage als Antwortmöglichkeiten mit aufgenommen worden.

Abbildung 5: Formen von Missinformation/Desinformation in Deutschland

Frage: „Welchen Arten von Missinformation/Desinformation kommen in Deutschland vor?
Bitte geben Sie uns Ihre Einschätzung zur Häufigkeit.“ (Antwort „eher/sehr verbreitet“, n = 63)



Plattformen: Telegram schließt zu Reichweiten-Riesen auf

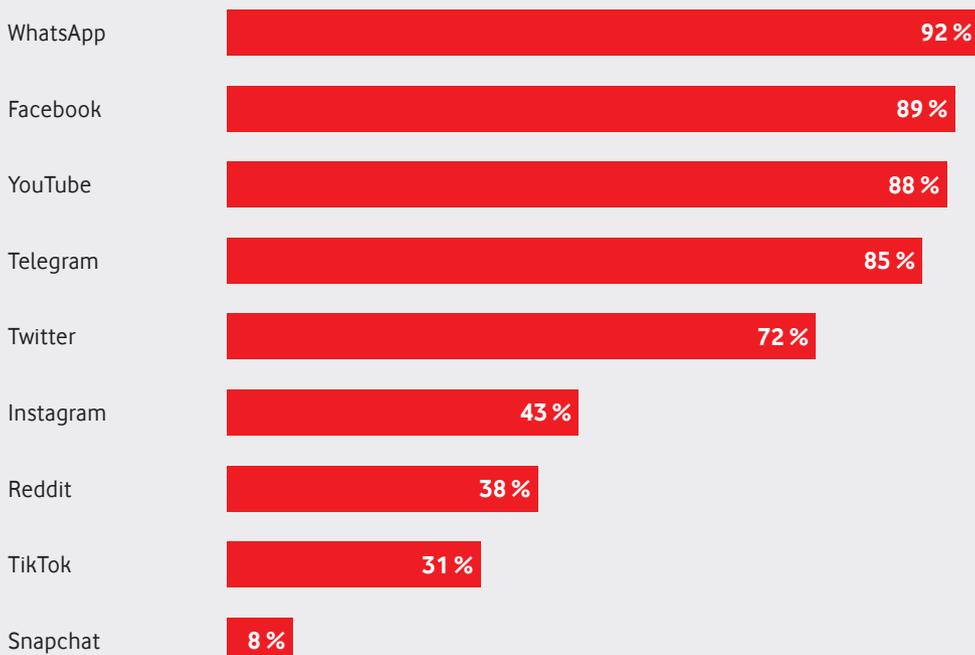
Die meistgenutzten Social-Media-Plattformen sind nach Meinung der befragten Fachleute auch die relevantesten für die Verbreitung von Missinformation und Desinformation. Es gibt allerdings auch Plattformen, die deutlich relevanter sind, als ihre bloße Nutzungszahl erwarten ließe. Als wichtigste Plattformen zur Verbreitung von Miss- und Desinformation in Deutschland wurden (mit geringem Abstand zueinander) Facebook, WhatsApp und YouTube eingestuft, die jeweils rund 90 % der Befragten als eher oder sehr relevant einstufen. Die höchste Zahl der Bewertungen als „sehr relevant“ erhielt dabei YouTube. Hinter diesen drei Plattformen mit besonders vielen Nutzer:innen wurde der Messenger Telegram ungeachtet von dessen erheblich kleinerer Reichweite durch fast ebenso vielen Befragte als eher oder sehr relevant eingestuft.⁸

⁸ Laut Reuters Digital Report 2020 hatten deutsche Internetnutzer:innen über 18 Jahre „in der vergangenen Woche“ die folgenden Plattformen mindestens einmal in der Woche genutzt: WhatsApp 69 %, YouTube 55 %, Facebook 49 %, Instagram 25 %, Facebook Messenger 22 %, Pinterest 16 %, Twitter 13 %, Snapchat 8 %, Telegram 8 % (Hasebrink & Hölig 2020, S. 54).

Twitter als Echtzeit-Plattform wird von den Expert:innen als deutlicher relevanter betrachtet als der visuelle Dienst Instagram – trotz Instagrams erheblich größerer Nutzer:innenschaft. Als nur von mittlerer Relevanz werden in Deutschland Reddit sowie die vor allem bei Jugendlichen beliebten Dienste TikTok und Snapchat eingestuft. Bei diesen Diensten verzichteten jedoch überdurchschnittlich viele Befragte auf eine Bewertung, höchstwahrscheinlich, da sie mit diesen Plattformen nicht vertraut genug sind.

Abbildung 6: Bedeutung der Social-Media-Plattformen

Frage: „Wie relevant sind in Deutschland die einzelnen Social-Media-Plattformen für die Verbreitung von Missinformation/Desinformation?“ (Antwort „(sehr) relevant“, n = 63)



Anfälligkeit und Auswirkungen

Aufgreifen von „Fake News“ in klassischen Medien wichtiger Reichweitenfaktor

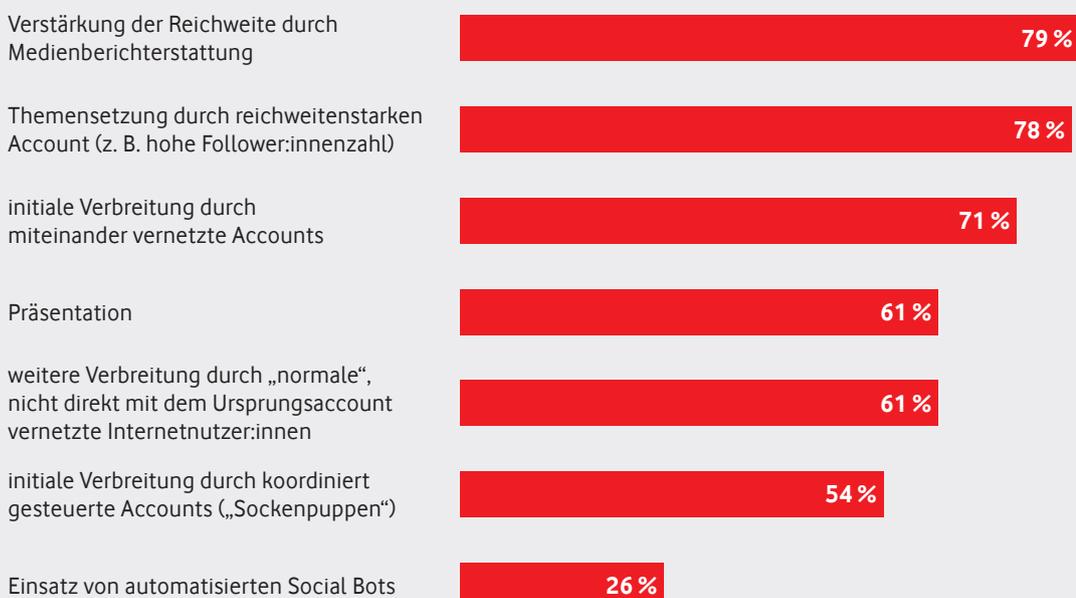
Eine Falschinformation lässt sich auf Social-Media-Plattform leicht in die Welt setzen. Aber damit ist nicht garantiert, dass der entsprechende Post auch anderen Nutzer:innen in ihren Timelines angezeigt und von diesen wahrgenommen wird. Grundsätzlich bestimmen die Steuerungsalgorithmen der Plattformen und das Verhalten der Nutzer:innen, welche Reichweite ein Post erfährt, ob er vielleicht sogar *viral* wird und auf andere Plattformen überschwappt. Urheber:innen von Falschinformationen können versuchen, die Verbreitung durch gezielte Maßnahmen zu maximieren. Dazu zählen z. B. die Präsentation des Themas, das schnelle Aufgreifen eines Posts durch mit dem Urheber:innen-Account vernetzte Accounts oder die initiale Verbreitung eines Posts durch eine Gruppe eigener, mit unterschiedlichen Scheinidentitäten aufgebauter „Fake-Accounts“ („Sockenpuppen“) bis hin zum massenhaften Einsatz automatisierter Bots.

Als relevantesten Faktor für die Verbreitung von Falschinformationen identifizieren die Expert:innen dabei jedoch das Aufgreifen eines Themas durch die klassischen Medien (79 % „(sehr) relevant“), sogar noch knapp vor der Themensetzung durch einen bereits selbst reichweitenstarken Social-Media-Account (77,8 %). Den Einsatz von automatisierten Social Bots halten die Expert:innen dagegen für den am wenigsten wichtigen Faktor. Knapp die Hälfte (47,5 %) stuft diese Methode als (weniger) oder nicht relevant ein.

Abbildung 7: Bedeutung der Social-Media-Plattformen

Frage: „Für wie relevant halten Sie die folgenden Faktoren für die Verbreitung von Missinformation/Desinformation?“

(Antwort „(sehr) relevant“, n = 63)

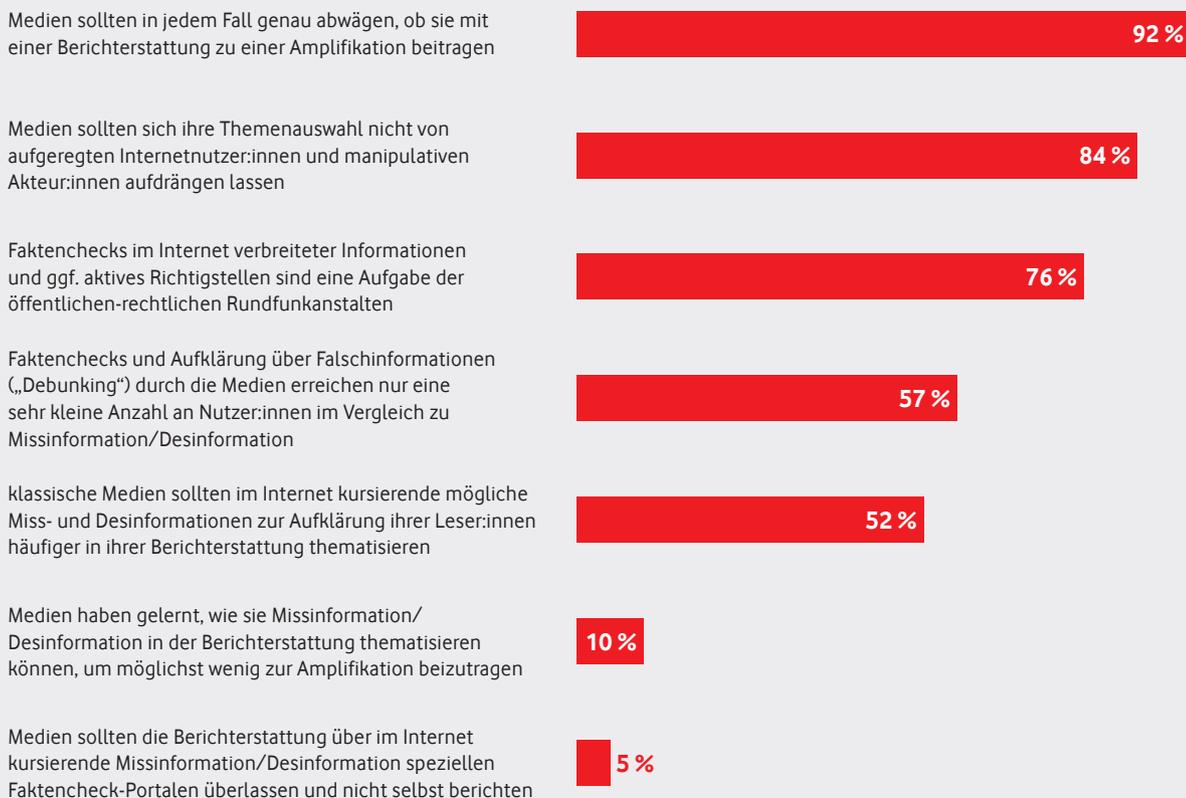


Allerdings betrachten die Vertreter:innen großer Social-Media-Plattformen abweichend vom Gesamtbild der befragten Expert:innen Social Bots als – nach den Medien – zweitwichtigsten Verbreitungsfaktor. Innen- und Außenwahrnehmung unterscheiden sich hier also stark. Die Zahl der Befragten dieser Gruppe ist jedoch sehr klein (2). Die 21 befragten Journalist:innen hingegen stufen die Medienberichterstattung als relevantesten Faktor für die Verbreitung von Falschinformationen mit 80,95 % als (sehr) relevant ein – und somit leicht wichtiger als der Durchschnitt aller Befragten. Bei allen anderen Faktoren sehen Journalist:innen hingegen eine niedrigere Relevanz gegeben als der Durchschnitt aller Studienteilnehmenden. Insbesondere die Art und Weise der Präsentation einer Falschinformation halten Journalist:innen für deutlich weniger entscheidend für deren Reichweite (42,86 % (sehr) relevant).

Nach Meinung der Expert:innen ist es daher sehr wichtig, dass Medien genau abwägen, ob sie durch die Berichterstattung über Falschinformationen ungewollt zu einer (von deren Urheber:innen möglicherweise einkalkulierten) größeren Reichweite beitragen wollen (Amplifikation). Auch mahnen sie an, dass Medien sich ihre Themenwahl nicht von aufgeregten Internetnutzer:innen und manipulativen Akteur:innen aufdrängen lassen

Abbildung 8: Medienberichterstattung über „Fake News“

Frage: „Inwieweit stimmen Sie folgenden Statements zum Verhältnis von klassischen Medien und der Verbreitung (Amplifikation) von Desinformation zu?“ (Antwort „stimme (voll) zu“, n = 63)



sollen. Aus Sicht der Fachleute gibt es hier jedoch noch deutlichen Nachholbedarf: Sie gehen nicht davon aus, dass die Medien bereits in ausreichendem Maße gelernt haben, wie sie Amplifikation vermeiden können.

Dass Journalist:innen im Internet verbreitete, möglicherweise falsche oder irreführende Informationen aufgreifen, überprüfen und ggf. richtigstellen, halten die Expert:innen für eine wichtige gesellschaftliche Aufgabe der Medien und insbesondere des öffentlich-rechtlichen Rundfunks. Diese Aufgabe solle nicht allein speziellen Faktencheck-Portalen überlassen werden. Etwas mehr als die Hälfte der Befragten meint, dass die im Internet verbreiteten Falschinformationen darum häufiger in den klassischen Medien thematisiert werden sollen.

Desinformaton: Ältere Menschen anfälliger für Desinformation als jüngere

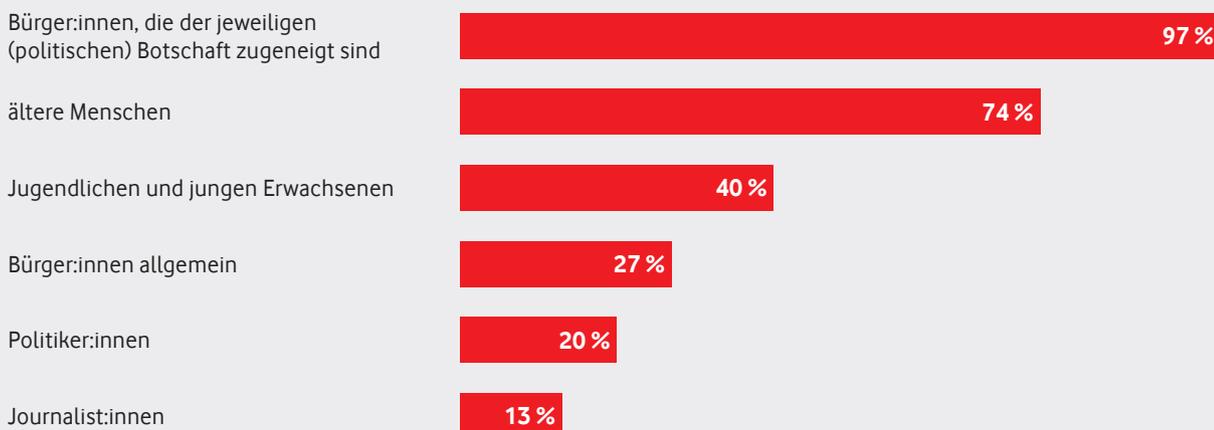
Sind bestimmte Personengruppen eher disponiert, gezielten Falschinformation zum Opfer zu fallen? Die Studie differenzierte bei dieser Frage zwischen verschiedenen Altersgruppen und Berufsgruppen mit Multiplikator:innenfunktion. Einzelne gesellschaftliche oder politische Einstellungen wurde nicht als Kriterium genannt. Für die Expert:innen ist jedoch klar: Die Gefahr, dass Desinformationskampagnen Glauben geschenkt wird, ist vor allem bei Menschen gegeben, deren Weltbild durch die jeweilige (politische) Botschaft aufgegriffen und bestätigt wird. Man spricht vom sogenannten Bestätigungsfehler oder *confirmation bias*, einer kognitiven Verzerrung, die die Informationsverarbeitung im Gehirn betrifft (Skudlarek 2019, S. 148). In diesem Punkt stimmen fast alle Befragten überein und bestätigen oder referieren hier wissenschaftliche Erkenntnisse. 96 % halten die Gefahr für groß oder sehr groß.

Für gefährdet oder sehr gefährdet halten die befragten Fachleute auch ältere Bürger:innen. Und zwar in erheblich größerem Maße als Jugendliche und junge Erwachsene (74 % „[sehr] groß“ gegenüber 40 %). Während es für jüngere Zielgruppen inzwischen eine breite Auswahl an unterschiedlichen Bildungsangeboten und Initiativen zum Thema

Abbildung 9: Empfänglichkeit für Desinformation

Frage: „Wie groß ist die Gefahr der Anfälligkeit für Desinformationskampagnen Ihrer Einschätzung nach in Deutschland bei ...“

(Antwort „(sehr) groß“, n = 63)



Miss- und Desinformation sowie über den Schulunterricht einen klaren Ansatzpunkt gibt, existieren bisher kaum Maßnahmen, die sich an ein möglichst breites erwachsenes Publikum richten oder explizit ältere Menschen aufklären wollen.

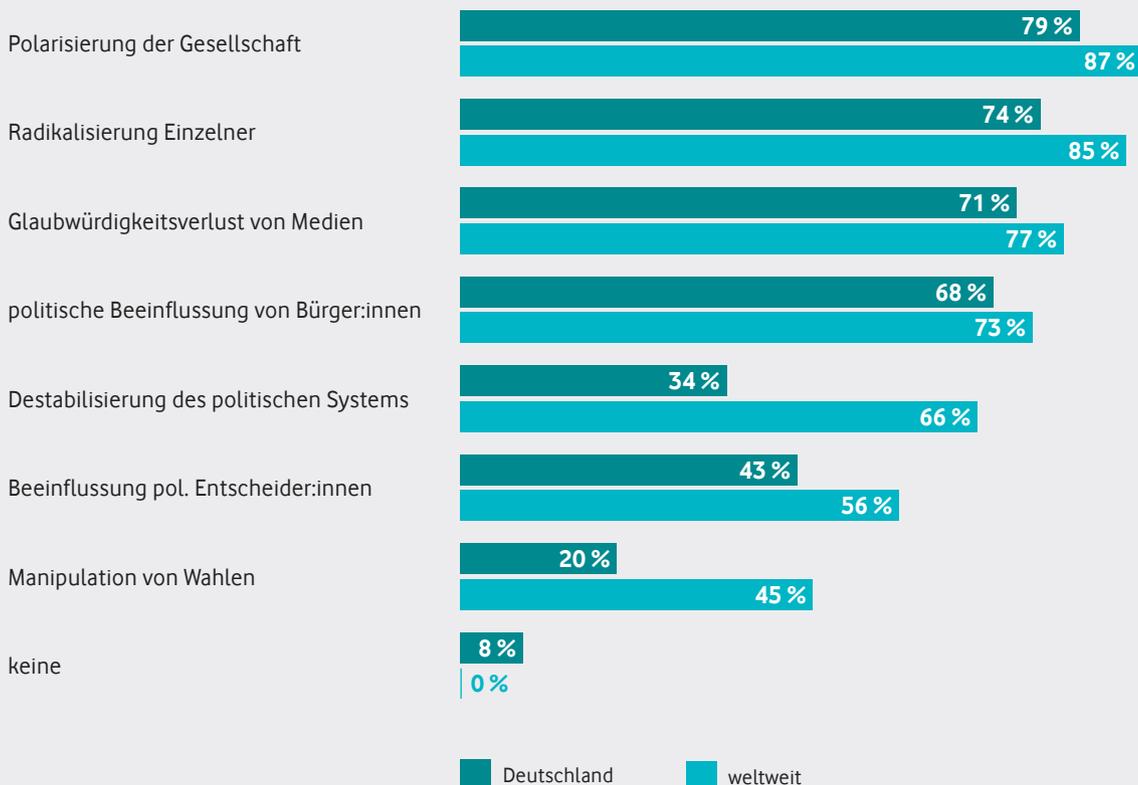
Politiker:innen (20 %) und Journalist:innen (13 %) – also professionell Informationen kommunizierende und verarbeitende Menschen, denen als potenzielle Entscheidungsträger:innen und Multiplikator:innen von Miss- und Desinformation eine besondere Rolle zukommt – werden dagegen als weniger anfällig eingeschätzt als die Bürger:innen allgemein.

Expert:innen befürchten vor allem Polarisierung und Radikalisierung Einzelner

F Teilneh Speziell in Deutschland schätzen die Expert:innen die Wahrscheinlichkeit solcher Entwicklungen aber insgesamt als geringer ein. Als relativ unwahrscheinlich stufen sie hier die Manipulation von Wahlen durch Miss- oder Desinformation ein.

Abbildung 10:
Gesellschaftliche Auswirkungen weltweit

Frage: „Welche Folgen von Missinformation/Desinformation sehen Sie weltweit/in Deutschland?“
(Antwort „(sehr) wahrscheinlich“, n = 63)



Aktuelle Entwicklungen

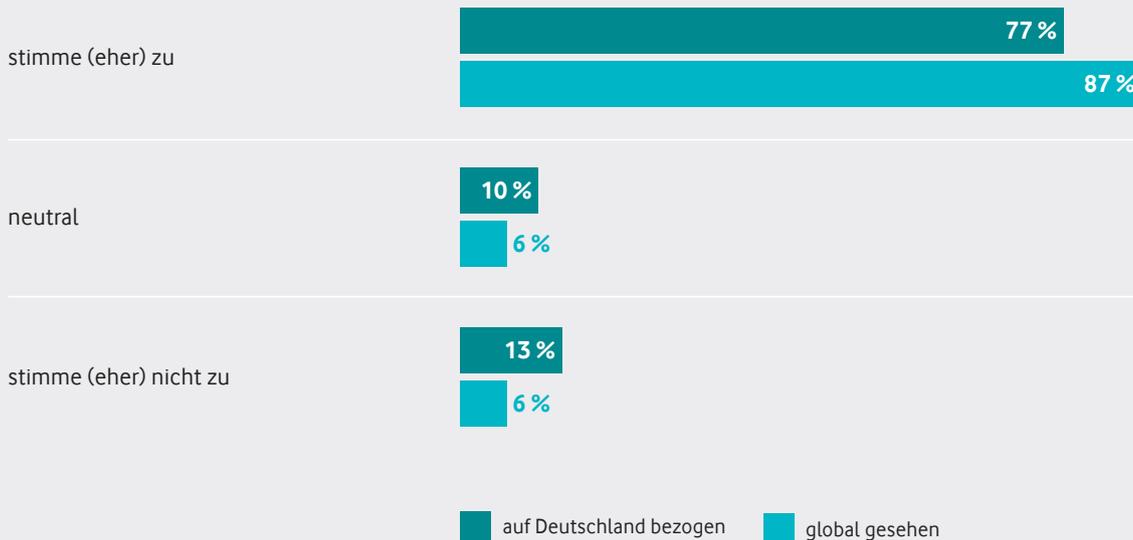
„Infodemie“: Falschinformationen verbreiten sich so schnell wie das Virus

Bereits Anfang 2020 warnte die WHO in Bezug auf die Verbreitung des neuen Corona-Virus davor, man habe es nicht nur mit einer Pandemie, sondern auch mit einer „Infodemie“ zu tun. „Falschinformationen verbreiten sich schneller und einfacher als dieses Virus und sind ebenso gefährlich“, formulierte WHO-Generaldirektor Tedros Adhanom Ghebreyesus auf der Münchener Sicherheitskonferenz Mitte Februar 2020. Dies sieht die große Mehrheit der befragten Expert:innen ähnlich: Auf globaler Ebene stimmen fast 90 % der Befragten dieser Einschätzung ganz oder eher zu, davon mehr als 60 % voll. In Bezug auf Deutschland wird die Gefährdung als etwas geringer, aber ebenfalls hoch eingeschätzt: Insgesamt äußern sich 80 % (eher) zustimmend, wobei der Anteil der vollen Zustimmung geringer (34 %) ist.

Abbildung 11:
Sorgt Corona für eine „Infodemie“?

Frage: „Die WHO hat in Bezug auf die Covid-19-Pandemie bereits frühzeitig vor einer ‚Infodemie‘ durch eine massive Verbreitung von Falschinformationen und Gerüchten mit potenzieller gesundheitsschädlicher Wirkung gewarnt. Stimmen Sie dieser Lagebeurteilung zu?“

(n = 63)



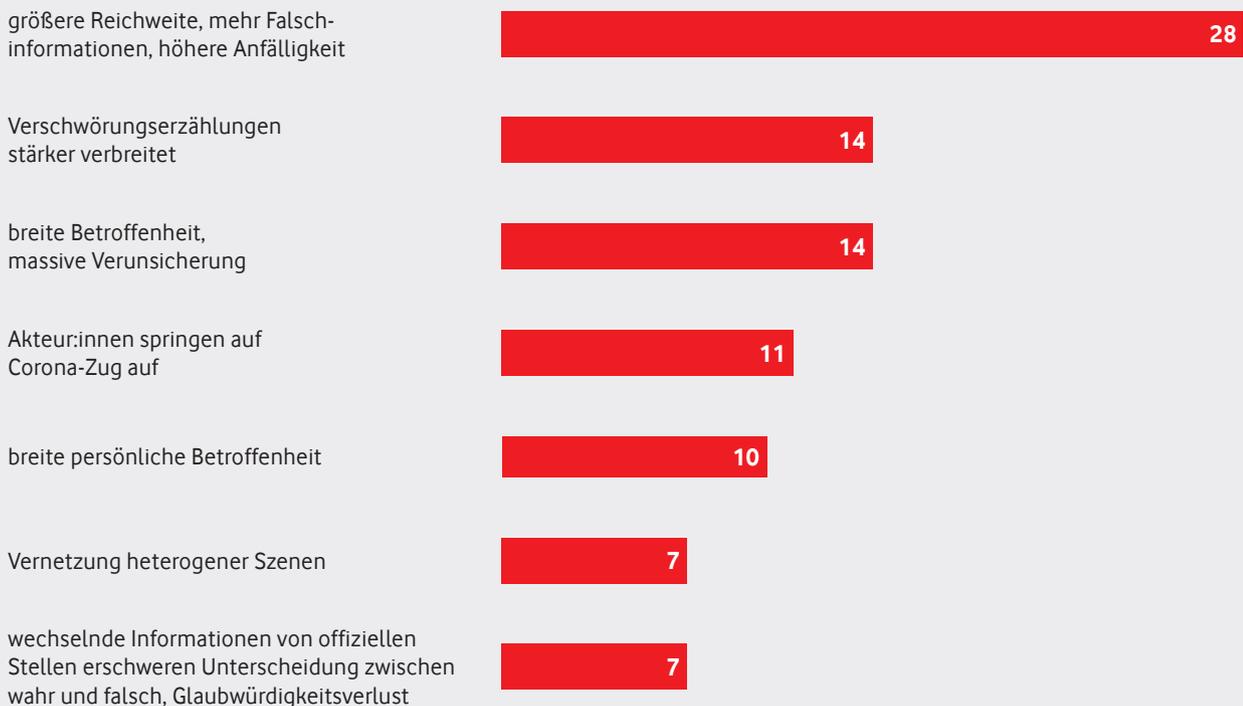
Corona: Breite Verunsicherung und bekannte Akteur:innen

Im Zuge der Pandemie beobachten die befragten Expert:innen vor allem einen allgemeinen Anstieg der Verbreitung von Falschinformationen (größere Reichweite, höhere Anfälligkeit, Aufkommen von Verschwörungsmythen) – verstärkt durch die breite persönliche Betroffenheit und die unsichere bzw. wechselnde Informationslage auch aus offiziellen Quellen. Aus anderem Kontext bekannte Verbreiter:innen von Desinformation wenden sich dem Thema Corona zu, heterogene Szenen vernetzen sich. Auf technischer Seite wird die – bereits seit Jahren im Wachstum begriffene – Bedeutung von Messenger-Diensten herausgestellt.

Abbildung 12: Besonderheiten in der Corona-Pandemie

Frage: „Welche Besonderheiten beobachten Sie bei der Verbreitung von Falschinformationen in Bezug auf Covid-19?“

(Offene Frage*, Mehrfachantworten möglich, n = 51)



*Codierte Kategorien, auf Basis der Freitextantworten.

„Der Nährboden für Desinformation besteht aus Verunsicherung, Ängsten und dem Verlangen nach Eindeutigkeit und Orientierung. Und das macht eine Pandemie zu einem Gelegenheitsfenster für Verschwörungstheoretiker und radikale Kräfte, die diese Verunsicherung instrumentalisieren.“

Johannes Hillje, Politikberater

Welche Besonderheiten beobachten Sie bei der Verbreitung von Falschinformationen in Bezug auf Covid-19?

„Diese komplexe Situation ist seit der Digitalisierung bislang einzigartig. Dazu kommen verschiedene Themenkomplexe, die allesamt emotional besetzt sind (Gesundheit, Überwachung, Freiheitsrechte), die derzeit alle relevant sind und dementsprechend instrumentalisiert werden können.“

Patrick Gensing, ARD-Faktenfinder

„Es gibt sehr starke Überschneidungen der Quellen von auf Covid-19 bezogenen Falschinformationen zu Falschinformationen, die einen rechtsextremen, nationalistischen, rassistischen und verschwörungstheoretischen Schwerpunkt haben, sowie mit Impfgegner:innen.“

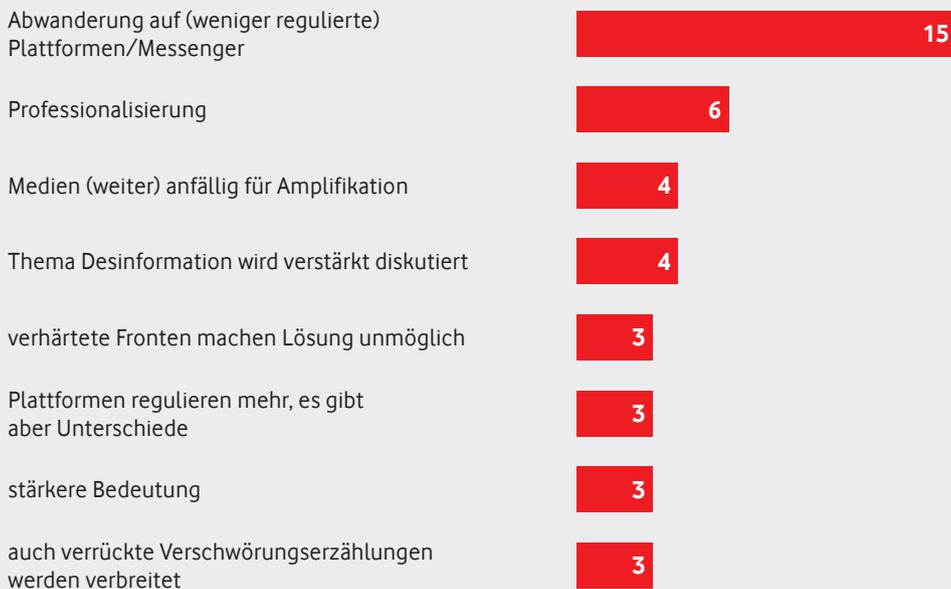
Anke Domscheit-Berg, Mitglied des Bundestages

„Messengerisierung“ und Professionalisierung

Weil die großen Plattformen stärker gegen Falschinformationen vorgehen und die Reichweite entsprechender Inhalte und Akteur:innen beschränken oder ganz sperren, wandern diese zunehmend auf weniger regulierte Plattformen und Messenger-Dienste ab: Das ist für die Expert:innen die augenfälligste allgemeine Entwicklung über Corona hinaus. Sie wurde von knapp einem Viertel der Befragten genannt. Abgesehen davon heben die Studien-Teilnehmer:innen unterschiedliche Entwicklungen hervor: Vergleichsweise häufig genannt wurde eine Professionalisierung aufseiten der Menschen, die Desinformation verbreiten. Viermal angesprochen wurde die stärkere Aufmerksamkeit für das Thema Desinformation in der öffentlichen Diskussion, ebenso häufig die dennoch weiter bestehende Anfälligkeit von Medien, zum Verstärker von Desinformation zu werden. Positiv hoben drei Befragte das stärkere Durchgreifen von Plattformen gegen die Verbreitung hervor. Ebenfalls dreimal geäußert wurde die Einschätzung, dass inzwischen auch extremeren Verschwörungserzählungen Glauben geschenkt werde und verhärtete Fronten eine Lösung des „Fake-News-Problems“ unmöglich machten.

Abbildung 13: Aktuelle Entwicklung

Frage: „Welche aktuellen Entwicklungen beobachten Sie allgemein bei der Verbreitung von Missinformation/Desinformation?“
(Offene Frage*, Mehrfachantworten möglich, n = 36)



*Codierte Kategorien, auf Basis der Freitextantworten.

„War noch vor einigen Jahren Facebook die Hauptquelle für Desinformation, sind es heute eher WhatsApp als Verbreitungskanal und YouTube als Ort, an dem die Desinformation stattfindet.“

Bianca Hoffmann, Correctiv⁹

„Wir (Medien) diskutieren oft über die falschen Hype-Themen (Social Bots, Deep Fakes) oder geben Extremist:innen mit unserer Berichterstattung zu leichtfertig eine Bühne. Die Akteur:innen werden professioneller und wissen mittlerweile genau, wie sie ihre Botschaften verpacken müssen, um viral zu gehen und größtmögliche Aufmerksamkeit zu erlangen.“

Simon Hurtz, Süddeutsche Zeitung/Social Media Watchblog

Welche aktuellen Entwicklungen beobachten Sie allgemein bei der Verbreitung von Missinformation/Desinformation?

„Neue Gruppen von Rezipienten kommen hinzu, das Problem rückt weiter in die Mitte der Gesellschaft.“

Alexa Waschkau, Podcast „Hoaxilla“

„Das Bot-Märchen scheint mir in den Medien nach Jahren etwas an Schwung zu verlieren.“

Florian Gallwitz, TH Nürnberg

„Eine Minderheit hat sich von einem rationalen Diskurs weitestgehend abgekoppelt und bezieht ihre identitätsstiftenden, streng selektierten und ideologisch vorsortierten Informationsfetzen aus alternativen Medien. Diese Minderheit ist kaum noch zu erreichen, innerhalb dieser Gruppe radikalieren sich einzelne Personen und Gruppen.“

Patrick Gensing, ARD-Faktenfinder

⁹ Hoffmann ist inzwischen nicht mehr für Correctiv tätig.

Bundestagswahl 2021: Falschinformationen spielen eine Rolle – nur wie stark?

Mit Blick auf die Bundestagswahl stuft die Mehrheit der Befragten die Bedeutung von Miss- und Desinformation als groß oder zumindest gleichbleibend im Vergleich zur Bundestagswahl 2017 ein. Im Vergleich zu anderen Aspekten der Befragung ergibt sich allerdings ein weniger eindeutiges Bild:

- Gut ein Drittel der Befragten, die hier Stellung genommen haben, geht von einer großen oder eher große Bedeutung im Wahlkampf aus.
- Ein Viertel erwartet eine mittlere, gegenüber vorherigen Wahlkämpfen gleichbleibende Bedeutung.
- Ein weiteres Viertel geht von geringen bzw. im Vergleich zum möglicherweise steigenden Volumen überschätzen Wirkung aus.

Rund ein Drittel der Befragten macht jedoch auch deutlich, dass die Bedeutung zum Zeitpunkt der Befragung (Mai bis Juli 2020) nur schwer oder kaum einzuschätzen sei bzw. von der Corona-Pandemie sowie dem Verhalten verschiedener Akteur:innen als relevanten Faktoren abhinge. Genannt wurden hier vor allem die Aktivitäten der AfD und rechtsextremer Akteur:innen, in geringerem Maße auch die Rolle ausländischer Staaten und sowie die Rolle von Parteien und Gesellschaft allgemein.

Abbildung 14: Bedeutung für die Bundestagswahl 2021

Frage: „Wie schätzen Sie die Bedeutung von Missinformation/Desinformation im kommenden Bundestagswahlkampf ein?“

(Offene Frage*, Mehrfachantworten möglich, n = 54)



*Codierte Kategorien, auf Basis der Freitextantworten.

„Sie wird hoch sein und noch stärker als bei der letzten Bundestagswahl im Dark Social stattfinden.“

Anke Domscheit-Berg, Mitglied des Bundestages

„Das hängt davon ab, wie sehr Desinformation Teil der Strategie einzelner Akteure werden wird. Das ist schwer vorhersagbar.“

Alexander Fanta, Netzpolitik.org

„Ich finde, in der aktuellen Situation ist diese Frage nicht seriös zu beantworten. Niemand weiß, wie die Corona-Pandemie sich weiterentwickeln wird und welche Auswirkungen sie noch auf das Leben in Deutschland haben wird. Sollte Covid-19 weiterhin massiven Einfluss auf das öffentliche Leben haben, wird Desinformation sicherlich eine größere Rolle spielen, gerade wenn es z. B. viele Arbeitslose oder sonstige ‚Verlierer‘ geben wird.“

Thore Barfuss, Die Welt

Wie schätzen Sie die Bedeutung von Missinformation/Desinformation im kommenden Bundestagswahlkampf ein?

„Wie bei allen letzten Wahlen: hohe Verbreitung – wenig konkreter Einfluss auf Wahlergebnis.“

Martin Fuchs, Politikberater

„Ich erwarte eine Zunahme von Desinformation im Wahlkampf, aber ob diese einen direkten Einfluss auf die Wahlentscheidung der Menschen hat, ist unklar. Die Manipulation der politischen Meinung der Menschen geschieht langfristig und stetig durch die Polarisierung und Radikalisierung des Diskurses, nicht erst im Wahlkampf.“

Alice Echtermann, Correctiv

„Schwer vorherzusehen, hängt davon ab, welche Akteure mit welchen Ressourcen ein Interesse an Einflussnahme haben. Auf dem Spektrum von Desinfo-Schlachtfest, wo alle Akteure ohne Hemmungen agieren, bis ‚es passiert außer ein bisschen Rauschen am Rande gar nichts‘ ist alles möglich.“

Frank Rieger, Chaos Computer Club

Mögliche Gegenmaßnahmen

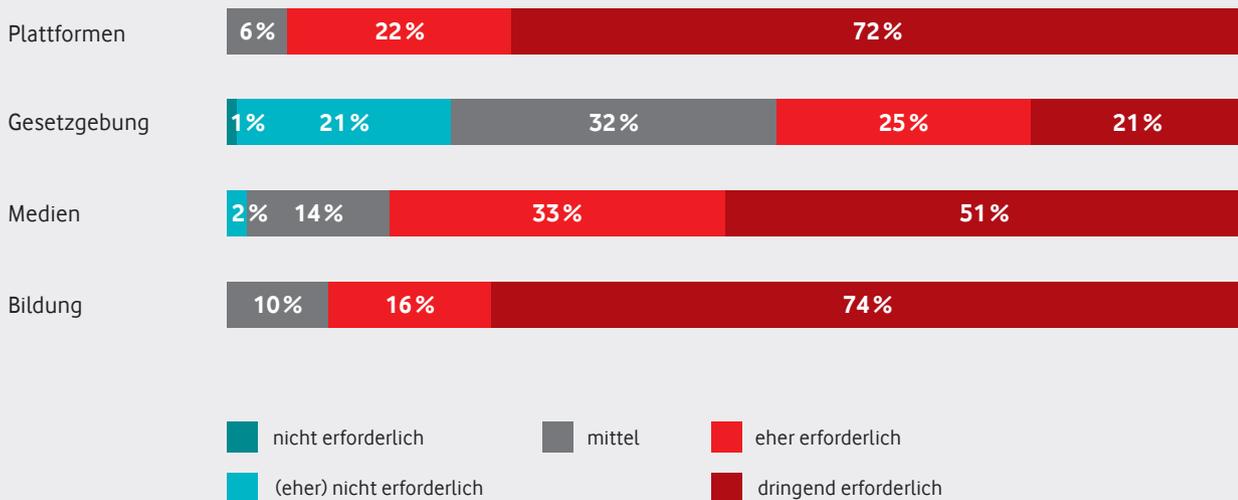
Social-Media-Plattformen und Bildungseinrichtungen sollen aktiv werden

Eine überwältigende Mehrheit der Befragten hält weitere Maßnahmen gegen Desinformation seitens Social-Media-Plattformen (94 %), Bildungsrichtungen (90 %) sowie der Medien (84 %) für erforderlich oder dringend erforderlich. Maßnahmen der Betreiberfirmen von Social-Media-Plattformen sowie von Bildungseinrichtungen sehen mehr als 70 Prozent sogar als dringend erforderlich an. Gut die Hälfte (51 %) hält auch Initiativen der Medien für dringend erforderlich. Deutlich zurückhaltender beurteilen die Befragten die Notwendigkeit von gesetzgeberischen Maßnahmen. Weniger als die Hälfte (46 %) der Befragten sieht diese als dringend erforderlich oder eher erforderlich an. Mehr als ein Fünftel (22 %) äußert sich zurückhaltend bis skeptisch.

Abbildung 15:
Maßnahmen gegen Missinformation/Desinformation

Frage: „Für wie wichtig halten Sie Maßnahmen folgender Akteure gegen Missinformation/Desinformation?“

(n = 63)



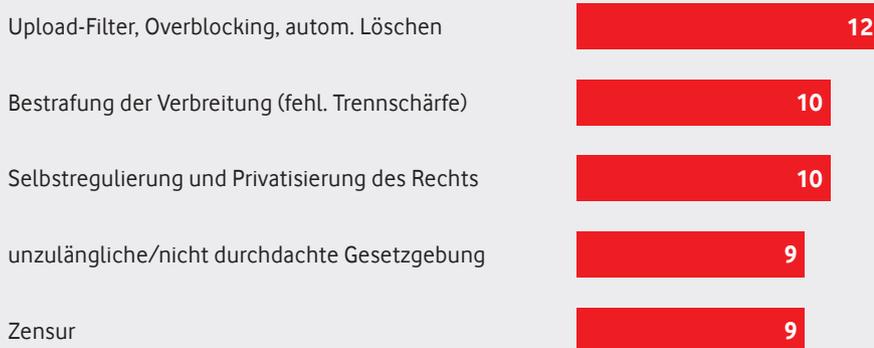
Fünf Befragte nannten ergänzend, dass die Zivilgesellschaft – ob als Initiative oder Individuum –, also „jede:r von uns“, aktiver werden müsse bzw. Medienkompetenz zur Grundbildung gehören müsse. Einzelne Befragte nannten Polizei und Gerichte, Unternehmen, Influencer:innen, Medien-Watchdogs und Bürgerjournalist:innen als Akteur:innen, die aktiv werden sollten.

Gefragt nach wenig effektiven oder problematischen Maßnahmen nannten die Befragten entsprechend vornehmlich regulatorische Eingriffe wie die Einführung von Upload-Filtern und die Gefahr des Overblockings bis hin zur Zensur und zur „Privatisierung des Rechts“, wenn die Entscheidung über die Zulässigkeit von Inhalten in die Hände von kommerziellen Plattform-Betreiber:innen gelegt wird. Auch vor der Einführung neuer Straftatbestände warnten mehrere Fachleute sowie generell vor nicht hinreichend durchdachten oder unzulänglichen gesetzgeberischen Maßnahmen.

Abbildung 16: Nicht geeignete Maßnahmen

Frage: „Welche Maßnahmen sind Ihrer Einschätzung nach besonders wenig sinnvoll oder problematisch?“

(Offene Frage*, Mehrfachantworten möglich, n = 48)



*Codierte Kategorien, auf Basis der Freitextantworten.

„Staatliche Maßnahmen müssen gut abgewogen werden, da sie den Eindruck verstärken können, dass soziale Medien unter Druck von oben löschen. Die Deutungshoheit über das, was wahr ist, darf nie beim Staat liegen.“

Philip Kreißel, Initiative „Ich bin hier“

Welche Maßnahmen sind Ihrer Einschätzung nach besonders wenig sinnvoll oder problematisch?

„Zugleich sollte bei der Einschränkung der Verbreitung von angeblicher oder tatsächlicher Desinformation große Vorsicht herrschen. Gesetzlich festgelegt werden könnten allenfalls Transparenzpflichten für Betreiber sozialer Netzwerke, nach welchen Kriterien und mit welchen Verfahren sie gegen Desinformation vorgehen.“

Alexander Fanta, Netzpolitik.org

Die am häufigsten als sinnvoll genannte Maßnahme war die Vermittlung von Medienkompetenz, die insgesamt von 31 unterschiedlichen Befragten genannt wurde. 25 Befragte stellten heraus, dass solche Angebote für alle Altersgruppen sinnvoll seien, nicht nur die von 14 an der Studie Teilnehmenden explizit genannten Angebote für jüngere Zielgruppen z. B. in der Schule. 19 Befragte sprachen sich dafür aus, dass auch die Social-Media-Plattformen stärker in die Verantwortung genommen werden müssen.

Abbildung 17: Geeignete Maßnahmen

Frage: „Welche Maßnahmen sind Ihrer Einschätzung nach besonders sinnvoll?“

(Offene Frage*, Mehrfachantworten möglich, n = 53)



*Codierte Kategorien, auf Basis der Freitextantworten.

„Förderung von Medienkompetenz, Ausbau des glaubwürdigen Journalismus und tiefgründiger Recherche, Maßnahmen, die das Vertrauen in Rechtsstaat und das demokratische System stärken, konsequente Anwendung bestehender Gesetze.“

Simon Hurtz, Süddeutsche Zeitung/Social Media Watchblog

Welche Maßnahmen sind Ihrer
Einschätzung nach besonders sinnvoll?

„Für die Medienregulierung ist das Thema Desinformation hochkomplex. Es geht darum, das Recht auf freie Meinungsäußerung zu schützen und zugleich die Manipulation und Irreführung der Bevölkerung zu verhindern. (...) Ein erster wichtiger Schritt hierbei wäre, die verschiedenen Phänomene (...) nach ihrem Gefahrenpotenzial für eine demokratische Gesellschaft zu bewerten – und daraus abzuleiten, ob überhaupt reguliert werden muss. Eine nicht gelabelte politische Werbeanzeige ist aufsichtsrechtlich sicherlich anders zu bewerten als Inhalte, für die mittels Fake Accounts eine künstliche Reichweite geschaffen wird.“

Meike Isenberg, Landesanstalt für Medien NRW

Medienkompetenz soll in allen Altersgruppen aufgebaut werden

Konkret danach gefragt, welche Maßnahmen zur Vermittlung von Medien- und Nachrichtenkompetenz in Bezug auf Missinformation und Desinformation die Befragten für besonders geeignet halten, ergibt sich ein diverses Bild. (Knapp) am häufigsten genannt wurde auf diese offene Frage von rund einem Drittel der Befragten die Vermittlung von Medienkompetenz in der Schule, aber auch Bildungsangebote für unterschiedliche/alle Altersgruppen (19 Nennungen), bei denen unterschiedliche Generationen voneinander lernen (1 Nennung). Mehrere Befragte stellten auch Forderungen an die Medien: Diese müssten einerseits Fälle und Mechanismen von Miss- und Desinformation zu Aufklärungszwecken thematisieren und andererseits ihre eigene Arbeitsweisen und mögliche Fehler für das Publikum transparenter darstellen. Einige Befragten nannten konkrete Inhalte solcher Maßnahmen: Förderung allgemeiner Recherche-Kompetenzen bei Bürger:innen, Aufklärung über die Mechanismen, die zur Verbreitung von Falschinformationen führen, und die Arbeit anhand von echten Beispielen. Mehrfach genannt wurden auch die Fortbildung von Lehrkräften, Mitarbeiter:innen von Polizei und anderen Behörden sowie Journalist:innen.

Abbildung 18: Maßnahmen für mehr Medienkompetenz

Frage: „Welche Maßnahmen zur Vermittlung von Medien- und Nachrichtenkompetenz in Bezug auf Missinformation/ Desinformation halten Sie für besonders geeignet?“ (Offene Frage*, Mehrfachantworten möglich, n = 49)



*Codierte Kategorien, auf Basis der Freitextantworten.

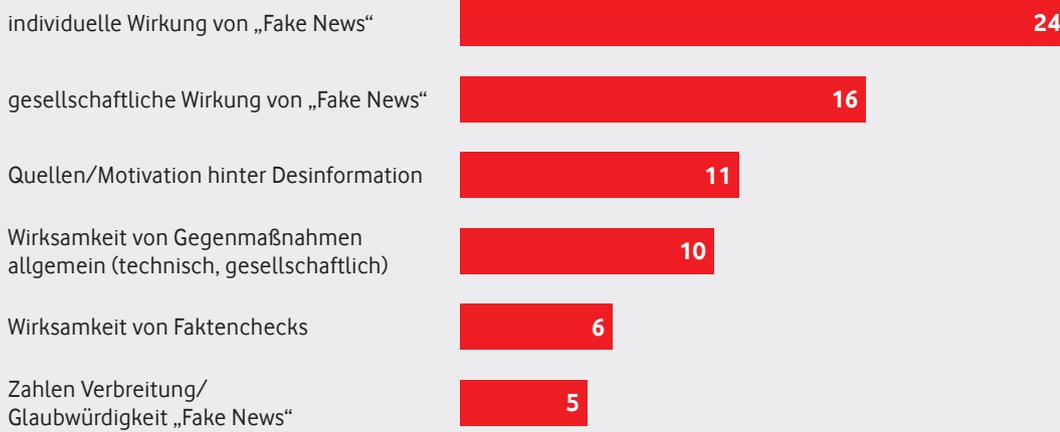
Forschungsbedarf

Die Wirkung von Falschinformationen ist nach Einschätzung der befragten Fachleute noch nicht ausreichend erforscht. Das betrifft vor allem die individuelle Wirkung (Schenkt eine Person einer Falschinformation Glauben? Beeinflusst das ihr Verhalten bewusst oder unbewusst?), die von einem rund einem Viertel der Expert:innen genannt wurde. Etwa jede:r sechste Befragte stufte die gesamtgesellschaftliche Wirkung als zu wenig erforscht ein. Häufiger wurden außerdem die Wirksamkeit von Gegenmaßnahmen sowie die Urheber:innen von Falschinformationen und deren Motive als zu wenig beleuchtet benannt.

Abbildung 19: Forschungsbedarf zu Missinformation und Desinformation

Frage: „Zu welchen Aspekten des Themas fehlen gesicherte Erkenntnisse?“

(Offene Frage*, Mehrfachantworten möglich, n = 50)



*Codierte Kategorien, auf Basis der Freitextantworten.

„Die meisten Studien befassen sich mit einzelnen Plattformen, Vergleiche zur Rolle verschiedener Plattformen bei einem Thema fehlen oft. Auch mangelt es an qualitativen Studien, die untersuchen, wie die Möglichkeiten der einzelnen Plattformen die Ausformung von Fake News beeinflussen.“

Michael Butter, Eberhard Karls Universität Tübingen

Zu welchen Aspekten des Themas fehlen gesicherte Erkenntnisse?

„Der kurzfristige Blick mag zu der Annahme verleiten, dass Falsch- und Desinformation zumindest in normalen Zeiten (außerhalb von Krisen) nur begrenzte Verbreitung finden und daher auch nur begrenzte Wirkung entfalten. Wir wissen aber noch viel zu wenig über die langfristigen Auswirkungen, etwa wie sich die stetige Wiederholung bestimmter Narrative auf lange Sicht auswirkt.“

Florian Meißner, Heinrich-Heine-Universität Düsseldorf/NewsGuard

„Es fehlen valide Erkenntnisse für die Annahme, ob/wie sich Desinformationen auf die Meinungsbildung auswirken (und damit auch ggf. auf die politische Willensbildung und Wahlentscheidung).“

Meike Isenberg, Landesanstalt für Medien NRW

Fazit und Empfehlungen

Die Expert:innen sind sich einig: Wer sich mit Miss- und Desinformation im Internet beschäftigt, stuft den Begriff „Fake News“ angesichts von dessen Unschärfe, individueller Auslegung und Verwendung als politischen Kampfbegriff als denkbar ungeeignet ein. Aufgrund der bisherigen Verbreitung des Begriffs ist jedoch davon auszugehen, dass es auf absehbare Zeit weiterhin ein Nebeneinander von unklarem Alltagsbegriff und präziserer Fachterminologie geben wird. Letztere muss sich erst noch vollständig etablieren, wird aber wohl mittelfristig über Politikberatung und Bildungsmaßnahmen langsam weitere Verbreitung in der Öffentlichkeit erfahren, wie in Ansätzen bereits zu beobachten ist. Insbesondere Journalist:innen und Multiplikator:innen ist zu empfehlen, den Begriff „Fake News“ trotz seines Signalfaktors sparsam und bewusster als bisher zu verwenden und keinesfalls durch seine saloppe Verwendung zu einer weiteren Unschärfe und durch seine Assoziation mit Nachrichten letztlich zum Glaubwürdigkeitsverlust von Journalismus und dessen gesellschaftlicher Funktion beizutragen.

Insgesamt bestätigten die Ergebnisse dieser Expert:innen-Umfrage das Bild, das sich aus anderen Veröffentlichungen und Äußerungen in den Medien ergibt: Verzerrte Darstellungen und Behauptungen, die ohne großen Aufwand erstellt und verbreitet werden können, machen das Gros der in Deutschland kursierenden Falschinformationen aus. Für die Verbreitung sind insbesondere die reichweitenstarken Netzwerke Facebook und YouTube relevant, längst aber auch der in einem noch viel breiteren Bevölkerungssegment genutzte Messenger WhatsApp sowie in einem offenbar wachsenden Maße dessen Konkurrent Telegram.¹⁰

¹⁰ Vgl. Vodafone Stiftung Deutschland 2021, S. 24.

Bei Telegram kommen zwei entscheidende Faktoren hinzu: Anders als bei anderen, vornehmlich auf die private Kommunikation ausgerichteten Messengern können dort über Kanäle und Gruppen auch Tausende Nutzer:innen gleichzeitig mit Inhalten erreicht werden. Zugleich werden Inhalte bei Telegram viel weniger kontrolliert und moderiert, als dies bei klassischen Social-Media-Plattformen inzwischen der Fall ist.

Eine Folge des strikteren Durchgreifens der schon länger im Fokus der politischen und gesellschaftlichen Debatte stehenden offenen Social-Media-Plattformen wie Facebook, Twitter oder YouTube gegen die Verbreitung von Falschinformation oder Verstöße gegen Community-Richtlinien ist die Abwanderung von Kanälen und Nutzer:innen auf weniger reglementierte Dienste wie Telegram. Es herrscht also ein zumindest latent spürbarer und in Wellen stärker werdender Verdrängungsdruck. Die Diskussion über die erwünschten und möglicherweise unerwünschten Auswirkungen eines solchen radikalen „Deplatformings“ bestimmter Akteur:innen ist noch verhältnismäßig jung und nicht abgeschlossen. Die Corona-Pandemie wird von den Expert:innen übereinstimmend als „Infodemie“ eingestuft, die weltweit in einem vorher nicht bekanntem Ausmaß zur Verbreitung von Falschinformationen geführt hat, da Verunsicherung und Angst vor der Krankheit einerseits und eine komplexe Informationslage viele Bürger:innen dafür empfänglicher gemacht haben.

Auch über diese Ausnahmesituation hinaus sind die Fachleute mehrheitlich davon überzeugt, dass Miss- und Desinformationen eine Polarisierung in der Gesellschaft verstärken und der Radikalisierung Einzelner Vorschub leisten kann. Noch fehlen jedoch weitergehende Erkenntnisse zur individuellen und kollektiven Wirkung von Miss- und Desinformation in modernen Mediengesellschaften. Das gewaltsame Eindringen der Trump-Anhänger:innen ins Kapitol im Januar 2021 hat jedoch vor Augen geführt, wie von Falschinformationen und Verschwörungsmythen befeuerte Polarisierung sich äußern kann. Wie sieht es in Deutschland aus? Das Urteil der Befragten zu den möglichen Auswirkungen von Miss- und Desinformation auf die kommende Bundestagswahl reicht von „viel Aufkommen, wenig Wirkung“ bis „sehr groß“ und fällt uneinheitlich aus. Mehrere Expert:innen verweisen auf zum Zeitpunkt der Befragung schwer einzuschätzende und hochvolatile Faktoren wie die weitere Entwicklung der Corona-Pandemie und das Verhalten einzelner Akteur:innen. Insgesamt sehen die Fachleute aber auch in Deutschland deutliche latente Risiken.

Nach einhelliger Meinung der befragten Expert:innen sind weitere Maßnahmen der Plattform-Betreiber:innen die wichtigste Stellschraube zur Eindämmung von Miss- und Desinformation. Gegenüber regulatorischen Maßnahmen nehmen die Befragten eine zurückhaltendere Position ein, teilweise wird – wie in der netzpolitischen Fachöffentlichkeit – deutliche Skepsis geäußert.

Auch den klassischen Medien weisen die Expert:innen eine wichtige Rolle zu, deren Verantwortung sie noch nicht ausreichend gerecht werden. Vor allem ein bewusster Umgang mit Falschinformationen zur Vermeidung von Amplifikation, aufklärende Berichterstattung, die nicht allein spezialisierten Faktencheck-Portalen überlassen werden soll, sowie mehr Transparenz in eigener Sache seien notwendig. Denn obwohl sich deutsche Qualitätsmedien seit Jahren immer wieder und durchaus kenntnisreich mit dem Thema Miss- und Desinformation auseinandersetzen, ist die Branchendiskussion über die eigene Rolle stark auf die Themenauswahl und den Glaubwürdigkeitsverlust der Medien fokussiert. Der konkrete Umgang mit Desinformation und Strategien zur Vermeidung von Amplifikation werden hingegen nur in Ansätzen thematisiert. Als noch dringender erforderlich werden aber von den Expert:innen Maßnahmen von Bildungseinrichtungen eingestuft. Angebote zur Förderung von Medienkompetenz dürfen aber nicht nur auf die leichter zugreifbare Altersgruppe der Schüler:innen abzielen. Gerade ältere Menschen können nach Ansicht der Expert:innen leichter gezielter Desinformation zum Opfer fallen. Daher besteht ein dringender Nachholbedarf für die Altersgruppe 60+. Aber auch für die Altersgruppe Ü40 fehlen Angebote. Wertvoll ist hier die von mehreren Expert:innen eingebrachte Anregungen, Erwachsene im berufsspezifischen Kontext über den Umgang mit Falschinformationen aufzuklären. Dazu gehören gerade auch Journalist:innen. Diese verfügen zwar über grundlegendes Handwerkzeug zum Überprüfen von Falschinformationen, sind aber häufig zu wenig erfahren im diffizilen Umgang mit den Mechanismen von Desinformationsversuchen.

Anhang

Methode

Die Studie beruht auf einer Befragung ausgewählter Expert:innen mittels eines Online-Fragenbogens mit teils offenen, teils geschlossenen Fragen. Dieses Instrument wurde gewählt, um einerseits eine Vergleichbarkeit durch geschlossene Fragen sowie die nachträgliche Codierung von offenen Antworten herzustellen und andererseits eine möglichst große Anzahl von Personen der Zielgruppe rekrutieren zu können.

Es wurden 192 Personen angeschrieben, 63 Expert:innen haben die Umfrage abgeschlossen (32 %). Die schriftliche Befragung fand im Zeitraum vom 08.05. bis 05.07.2020 statt. Die Expert:innen wurden durch eine vorhergehende Recherche (eigene Publikationen, Erwähnungen in den Medien, Nachfrage bei Institutionen) identifiziert und mussten in Deutschland tätig sein oder einen starken Deutschlandbezug in ihrer Tätigkeit aufweisen. Personen, die sich vorwiegend auf internationaler Ebene mit der Thematik beschäftigen und keinen direkten Deutschlandbezug haben, wurden nicht berücksichtigt. Ergänzend wurden die Befragten um die Empfehlung weiterer Expert:innen gebeten und diese dann nach Prüfung ebenfalls angeschrieben.

Befragte

Ein Drittel der Expert:innen ist in den Medien tätig. Dabei handelt es sich um Personen, die mutmaßlich im Rahmen ihrer Berichterstattung als Social-Media-Redakteur:innen oder als Faktenchecker:innen mit dem Befragungsgegenstand direkt in Berührung kommen. Auf die Befragung von Entscheider:innen auf redaktionellen Führungsebenen wurde verzichtet. Zu den Befragten gehören u. a. Journalist:innen großer Medien wie Die Welt und Der Spiegel, Süddeutsche Zeitung, Faktenchecker:innen von ARD und Correctiv sowie Fachjournalist:innen, außerdem Vertreter:innen von zivilgesellschaftlichen Organisationen wie Amadeu Antonio Stiftung, Chaos Computer Club sowie Freiwillige Selbstkontrolle Multimedia.

Abbildung 20:
Berufliche Rolle der Befragten (Anzahl Befragte, n = 63)



Mehr als ein Fünftel der Befragten wurde der Gruppen der (Kommunikations-)Wissenschaft zugeordnet. Ein knappes Fünftel sind Befragte aus der Zivilgesellschaft. Etwa ein Sechstel der Befragten wurden der Gruppe Politik zugeordnet. In dieser recht diversen Gruppe befinden sich sowohl Bundesabgeordnete, Politikberater:innen sowie Vertreter:innen von politischen Stiftungen und Landesmedienanstalten. Dazu kommen Jurist:innen, die sich vornehmlich mit dem Spannungsfeld zwischen Meinungsfreiheit und strafrechtlicher Verfolgung von Falschbehauptungen auseinandergesetzt haben, sowie zwei Vertreter:innen großer Digitalplattformen.

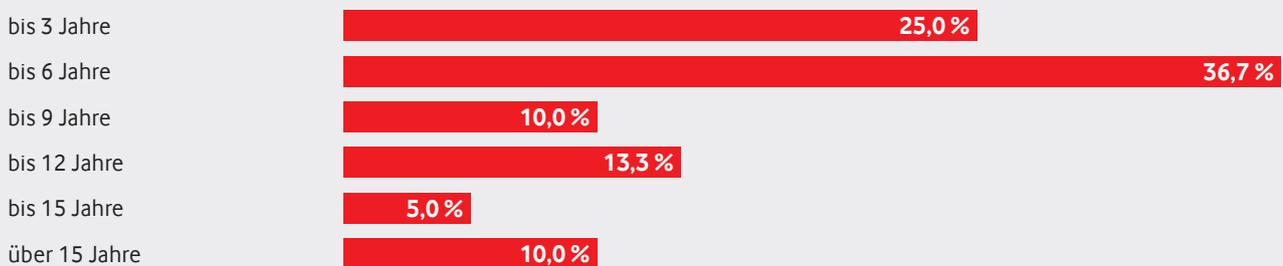
Bei der Einstufung handelt es sich teilweise um Näherungen, da z. B. auch für die Organisationen der Zivilgesellschaft oder die politischen Stiftungen Personen mit wissenschaftlicher Ausbildung tätig sind oder Befragte aus der Gruppe der Wissenschaft parallel oder zuvor journalistisch tätig waren.

Etwas weniger als die Hälfte der Befragten entschied sich dafür, in der Umfrage nicht mit ihrem Namen und ihrer Institution genannt zu werden.

Die Befragten beschäftigten sich im Mittel (Median) seit fünf Jahren mit dem Thema. Dabei handelt es sich um eine Selbsteinschätzung. Während sich ein Viertel der Befragten (15) seit maximal drei Jahren mit dem Thema beschäftigen, geben 10 % der Befragten an, dass sie sich seit mehr als 15 Jahren dem Thema widmen. Offenbar legen diese hier eine weiter gefasste Definition des Themas zugrunde, die nicht erst mit der steigenden Popularität von Social Media einsetzt. Ein Drittel der Befragten geben an, dass sie sich seit vier bzw. fünf Jahren mit dem Thema beschäftigen, sie mithin also in den durch zwei Schlüsselereignisse geprägten Jahren 2015 (Flüchtlingsbewegung nach Deutschland) und 2016 (Wahl Trumps) damit begonnen haben.

Abbildung 21: Dauer der Beschäftigung mit dem Thema

Frage: „Seit wann beschäftigen Sie sich mit dem Themenfeld Missinformation/Desinformation im Internet?“ (n = 63)

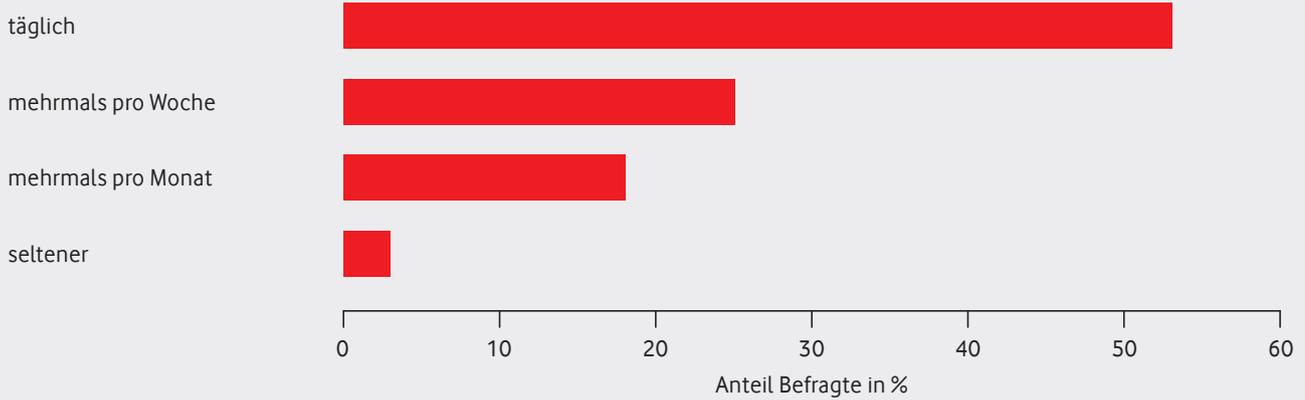


Wie zu erwarten, setzen sich die befragten Expert:innen häufig mit dem Thema auseinander. Mehr als drei Viertel der Befragten beschäftigen sich mehrmals pro Woche damit. Für über die Hälfte spielt es täglich eine Rolle.

Abbildung 22:
Intensität der Beschäftigung mit dem Thema

Frage: „Wie häufig beschäftigen Sie sich mit dem Thema Missinformation/Desinformation im Internet?“

(n = 63)



Literatur

Hasebrink, Uwe & Hölig, Sascha (2020): Reuters Institute Digital News Report 2020 – Ergebnisse für Deutschland. https://www.hans-bredow-institut.de/uploads/media/default/cms/media/66q2yde_AP50_RIDNR20_Deutschland.pdf [1. März 2021].

N. N. (2020): Forscher warnt: Jeder kann jetzt gute Deepfakes erstellen. *Der Standard*, 31. März 2020. <https://www.derstandard.de/story/2000116369243/forscher-warnt-jeder-kann-jetzt-gute-deepfakes-erstellen> [1. März 2021].

O’Neill, Patrick Howell & Chen, Angela (2019): Deep Fakes: „Wow, das entwickelt sich schneller als ich dachte“. *Technology Review*, 10. Oktober 2019. <https://www.heise.de/hintergrund/Wow-das-entwickelt-sich-schneller-als-ich-dachte-4548955.html> [1. März 2021].

Schwartz, Oscar (2018): You Thought Fake News Was Bad? Deep Fakes Are Where Truth Goes to Die. *The Guardian*, 12. November 2018, Abschn. Technology. <https://www.theguardian.com/technology/2018/nov/12/deep-fakes-fake-news-truth> [1. März 2021].

Skudlarek, Jan (2019): Wahrheit und Verschwörung. Wie wir erkennen, was echt und wirklich ist. Ditzingen: Reclam.

Vodafone Stiftung Deutschland (Hg.) (2020): Die Jugend in der Infodemie. Eine repräsentative Befragung zum Umgang junger Menschen in Deutschland mit Falschnachrichten während der Coronakrise. <https://www.vodafone-stiftung.de/wp-content/uploads/2020/12/Studie-Vodafone-Stiftung-Umgang-mit-Falschnachrichten.pdf> [28. Januar 2021].

Vodafone Stiftung Deutschland (Hg.) (2021): Generation Messenger. Eine repräsentative Befragung junger Menschen zur Nutzung von Messengerdiensten. https://www.vodafone-stiftung.de/wp-content/uploads/2021/03/Studie_Vodafone-Stiftung_Generation-Messenger_2021.pdf [13. April 2021].

Wardle, Claire (2017): Fake news. It’s complicated. First Draft, 26. Februar 2017. <https://firstdraftnews.org/latest/fake-news-complicated/> [28. Januar 2021].

Über den Autor

Fiete Stegers ist ausgebildeter Journalist und arbeitet zurzeit als Wissenschaftlicher Mitarbeiter an der Hochschule für Angewandte Wissenschaften in Hamburg (HAW) im Department Information sowie als freier Journalist und Dozent. Er beschäftigt sich schwerpunktmäßig mit den Themen Online- und Datenjournalismus, Netzpolitik, Soziale Medien und Medienkompetenz.

Zuvor war Fiete Stegers als Netzwelt-Redakteur beim Norddeutschen Rundfunk (NDR) unter anderem für das Medienmagazin ZAPP im Fernsehen, NDR Info und NDR.de tätig. Als Online-Journalist hat er außerdem Fernseh-, Hörfunk- und Print-Erfahrung gesammelt und war Teil der Nachrichten-Redaktion von tagesschau.de.

Impressum

Über die Vodafone Stiftung Deutschland

Die digitale Welt aktiv zu gestalten, erfordert neue Kompetenzen. Wir müssen neue Technologien verstehen, Veränderungen kritisch hinterfragen und gemeinsam kreative Lösungen für die Herausforderungen des 21. Jahrhunderts schaffen. Deshalb denkt die Vodafone Stiftung Bildung für die digitale Gesellschaft neu. Gemeinsam mit Vorreitern aus Politik, Wissenschaft und Zivilgesellschaft forschen wir, engagieren uns in gesellschaftspolitischen Debatten und entwickeln innovative Bildungsangebote.

www.vodafone-stiftung.de

Herausgeber

Vodafone Stiftung Deutschland gGmbH
Ferdinand-Braun-Platz 1
40549 Düsseldorf
info@vodafone-stiftung.de
www.vodafone-stiftung.de
Verantwortlich: Inger Paus

Projektleitung

Dr. Johanna Börsch-Supan, Lars Thies

Lektorat

Katja Lange, richtiggut.com

Gestaltung

fountain studio, Düsseldorf



Vodafone
Stiftung
Deutschland
