

EDITORIAL

Fake News im Superwahljahr

Liebe Leserinnen und Leser,

das Superwahljahr ist in vollem Gange. Mehrere Bundesländer haben bereits gewählt; weitere stehen noch aus und im September steht die Bundestagswahl an. Gerade in diesem Kontext gewinnt die Verbreitung von Falschmeldungen, Fake News und Verschwörungstheorien an Gewicht. Dies lässt befürchten, dass einzelne Akteure oder Gruppen durch gezielte Desinformationskampagnen Wähler und Wählerinnen in die Irre führen. Über die Frage, wie diesem Problem zu begegnen ist, herrscht Uneinigkeit. Manche fordern Anreize für Nutzer und Anbieter, mehr auf die Sicherstellung des Wahrheitsgehalts von Nachrichten zu achten oder für mehr Medienkompetenz der Nutzenden zu sorgen. Aus der CDU/CSU-Fraktion kam der Vorschlag einer Klarnamen- oder Registrierungspflicht für Nutzerinnen und Nutzer sozialer Netzwerke. In den USA klagt eine Lobbygruppe, um ein Verbot gesicherter Messenger-Dienste zu erwirken, im Bestreben, extremistische Gruppen zu behindern und Eskalationen wie die Erstürmung des Kapitols Anfang des Jahres zu verhindern. Im Gegensatz dazu argumentieren viele (Netz)Aktivisten, Politiker und Politikerinnen, dass die individuelle Privatsphäre zu schützen ist und in diese nicht eingegriffen werden darf. Vorschläge und Sichtweisen gibt es viele.

Daher widmen wir uns in dieser *Digital Insight* dem Schwerpunkt Fake News: Im *Comment* erörtert Dr. Stephan Frohnhoff das Problem der alternativen Fakten und sucht nach Methoden, solche zu erkennen. Wie sich die EU gegen die Verbreitung von Fake News einsetzt und was es mit der Klarnamenpflicht auf sich hat, beschreibt *InBrief*. Philipp Husemann erläutert in der Rubrik *InPerson* seine Sicht auf die Herausforderungen, die sich in der digitalen Welt für politische Akteure stellen. In der Rubrik *InFocus* erörtern Werner Achtert und Balthasar Kirchgäßner, warum Digitalkompetenz in der Bevölkerung gestärkt werden sollte. Dr. Irene Mihalic, MdB, erklärt in *Political Voice*, was sie für problematisch an der Klarnamenpflicht hält und wie Alternativen aussehen können.

Ich wünsche Ihnen viel Freude beim Lesen!

Mit freundlichen Grüßen

Regina Welsch
Redaktionsleitung *Digital Insight*,
Lead Public Affairs Manager, msg

msg COMMENT

Wir brauchen „die drei Siebe des Sokrates“ für die Medien



von Dr. Stephan Frohnhoff –
Vorstandsvorsitzender msg

Erinnern Sie sich noch an das Unwort des Jahres 2017? Alternative Fakten! Die Bezeichnung sei „der verschleiernde, irreführende Ausdruck für den Versuch, Falschbehauptungen als legitimes Mittel der öffentlichen Auseinandersetzung salonfähig zu machen“. Der Begriff geht auf eine Beraterin von Donald

Trump zurück, die damit falsche Tatsachenbehauptungen bei der Amtseinführung des US-Präsidenten Anfang 2017 titulierte. Abgestumpft und fast schon gelangweilt hören wir seitdem zunehmend über alle Nachrichtenkanäle Berichte über abstruse Behauptungen, alternative Fakten oder gar Verschwörungstheorien. Egal ob Wahlkampf, US-Präsidentschaft oder Corona, das Internet ist übervoll mit Informationen. Für die Allermeisten ist es fast nicht mehr möglich, die Korrektheit einer Information zu prüfen bzw. die wirklich relevanten Informationen zu finden. Digitale Kommunikationskanäle haben dieses Phänomen beschleunigt und die Wirkung potenziert – aber nicht erfunden.

Schauen wir zurück in die Geschichte. Mit dem Aufkommen von Radio und Fernsehen in Deutschland haben Hitler und Co die Reichweite und Verbreitungsgeschwindigkeit von Propaganda und Verschwörungstheorien bereits enorm erhöht. Der Reichskristallnacht von 1938 ging eine Verschwörungstheorie über Juden voraus. Hass, Gewalt und millionenfacher Mord waren die Folgen.

In der aktuellen Boom-Zeit von Social Media haben sich diese digitalen Mechanismen nochmals beschleunigt und in der Wirkung potenziert. So beschreibt [Sascha Lobo](#) Donald Trump als den ersten Präsidenten, der per Twitter regierte. Was den digitalen Medien fehlt, sind die „drei Siebe des Sokrates“. Eine Kurzform der Geschichte ist: Ein Mann kam

zum weisen Sokrates gelaufen und sagte: „Höre Sokrates, das muss ich dir erzählen!“ „Halte ein!“, unterbrach ihn der Weise, „hast du das, was du mir sagen willst, durch die drei Siebe gesiebt? Lass uns prüfen, ob das, was du mir erzählen willst, durch die drei Siebe hindurchgeht: Das erste ist die **Wahrheit**. Hast du alles, was du mir erzählen willst, geprüft, ob es wahr ist?“ „Nein, ich hörte es erzählen und ...“ „So, so! Aber sicher hast du es im zweiten Sieb geprüft. Es ist das Sieb der **Güte**. Ist das, was du mir erzählen willst, gut?“ Zögernd sagte der andere: „Nein, eher das Gegenteil ...“ „Aha ...“, unterbrach ihn der Weise, „so lass uns auch das dritte Sieb noch anwenden. Ist es notwendig, dass du mir das erzählst?“ „**Notwendig** nun gerade nicht ...“ Da sagte der Weise lächelnd: „**Wenn es weder wahr noch gut noch notwendig ist, so lass es begraben sein und belaste dich und mich nicht mehr damit.**“

Bei der Mund-zu-Mund-Kommunikation, als Menschen noch Erzählungen oder Nachrichten auf dem Marktplatz aufschnappten und abends daheim weitererzählten, konnten kluge Köpfe mit kritischen Fragen Gerüchte und Verschwörungstheorien einfangen. In der digitalen Turbo-Ära brauchen wir dringend digitale **Anti-Fake-News-** und **Anti-Information-Flood-Mechanismen**.

Das Sieb der Wahrheit könnte vor allem Kuration schaffen: Experten filtern die Flut an Behauptungen und Thesen auf ihrem Fachgebiet. Bewertungssysteme unterstützen das digital; KI-Systeme führen einen Abgleich mit bewertetem Wissen und gegen „seriöse“ Quellen durch und kennzeichnen Fake-News.

Das Sieb der Güte ist durch **semantische Sprachanalyse** bereits heute technisch gut erzielbar. Beschimpfungen, Hass und Pöbeleien lassen sich so erkennen. **Information-Tracing** verfolgt, z. B. über **digitale Signaturen**, woher Informationen kommen und bringt damit die Quellautoren in die Verantwortung.

Ob etwas notwendig ist zu kommunizieren (das dritte Sieb), können wir dem Publikum überlassen. Sehr schnell ist man bei den beiden ersten Sieben im Bereich der Zensur. Denn die

Wahrheit und erst recht die Güte in Bezug auf Bewertungen von Ereignissen oder in Bezug auf politische Schlussfolgerungen ist oftmals strittig. Zu einer Demokratie gehört auch, **unbequeme und kontroverse Meinungen** und Äußerungen zuzulassen. Erkenntnisgewinn wird durch eine offene Debatte und regelmäßige Prüfung von Perspektiven (auch der eigenen) erreicht - nicht durch „shaming and blaming“. Es darf nicht sein, dass Menschen Angst haben müssen, für eine ungewollte Meinung an den Pranger gestellt zu werden und ihren Job, ihr Amt verlieren. Das Filtern von Fake News darf nicht das Filtern von Meinungen bedeuten.

Wir dürfen die Algorithmen und Normen aber nicht den Betreibern oder AGBs von Plattformen überlassen – hier ist die Politik gefordert. Wenn wir unsere Demokratie schützen wollen, ist Eile geboten. Das sollten uns die Ereignisse rund um das Kapitol in den USA gezeigt haben. Wie so oft ist das am Ende keine technische, sondern eine **politische Herausforderung**.

INBRIEF



Klarnamenpflicht – Schutz oder Bedrohung?

Seit Wolfgang Schäuble die Idee einer Klarnamenpflicht in sozialen Netzwerken aufbrachte, wird diese kontrovers diskutiert.

Einer Klarnamenpflicht zustimmende Personen nennen die Verfolgbarkeit von Straftaten und die in diesem Zusammenhang erwartete Zurückhaltung seitens der Nutzer und Nutzerinnen im Internet als Hauptzweck. Die Intention einer solchen Verpflichtung ist es, Straftaten im Netz, primär in sozialen Netzwerken wie Facebook oder Twitter, verfolgbar zu machen und Opfer somit zu schützen. Hierbei handelt es sich vor allem um „Hate Speech“ oder Verhetzung. Aushebeln

soll die Klarnamenpflicht auch das Generieren von Fake News durch Bots und/oder gefälschte Accounts. Durch das Verwenden realer Namen wären Berichte und Artikel bis zu ihrem Ursprung verfolgbar.

Einen abgeschwächten Vorschlag vertreten mehrere Mitglieder der CDU/CSU-Fraktion im Bundestag. Sie wollen keine Verpflichtung, sondern Anreize zum Nutzen eines Klarnamens schaffen. Wie solche Anreize aussehen, ist jedoch unklar.

Argumente gegen die Einführung einer Klarnamenpflicht lassen sich ebenfalls finden: Nach einer Studie des Pew Research Centers wird die Mehrheit der Straftaten in sozialen Netzwerken unter dem echten Namen begangen. Außerdem werden Opfer ebenso bloßgestellt wie Täter und müssen sich somit zwangsweise weiteren Anfeindungen aussetzen. Und was sagt der Jugendschutz, wenn Kinder und Jugendliche sich öffentlich registrieren müssen?

Ein weiteres Problem sind die nötige Registrierungsstelle und die damit verbundenen Datenschutzprobleme. Eventuell werden Nutzerinnen und Nutzer gezwungen, ihre Ausweisdokumente bei ausländischen Unternehmen zu hinterlegen oder zumindest entsprechende Daten zu übermitteln. Hinzu kommt: Klarnamen erleichtern die politische Verfolgung und können Probleme im Beruf hervorrufen, zum Beispiel eine Kritik an der eigenen Firma.

Eine deutliche Mehrheit in der deutschen Politik spricht sich aktuell entweder klar gegen eine solche Pflicht aus oder will diese zumindest auf eine Registrierungspflicht abschwächen. Gegner der Pflicht lehnen aber auch diese Variante aufgrund der Verfolgbarkeit ab.

Desinformation im Superwahljahr

Ob in den Vereinigten Staaten, in Südkorea oder dem Vereinigten Königreich: Weltweit werden Wahlkämpfe (mutmaßlich) durch Desinformationen beeinflusst. Während der Einsatz falscher Informationen zur Beeinflussung von Wählermeinungen ein bekanntes Phänomen darstelle, sei durch die schnellere Informationsverbreitung über soziale Medien eine Verschärfung zu beobachten, erläutert der Desinformations-Experte Henning Lahmann im Focus vom 24.11.2020. Gerade im Superwahljahr 2021, in dem die Wahlkämpfe für Bundes- und Landesparlamente pandemiebedingt hauptsächlich digital stattfinden, kann dies zum Problem werden – denn laut einer aktuellen forsa-Umfrage hat ein Viertel der Befragten Schwierigkeiten, Desinformationen zu erkennen. In Verbindung mit gezielter Wahlwerbung (Mikrotargeting) lassen sich dann Wählermeinungen im großen Stil beeinflussen. So kann Mikrotargeting genutzt werden, um auf sozialen Netzwerken Personen zu identifizieren, die womöglich aufgeschlossen gegenüber Desinformationen sind. Wer Desinformationen verbreitet, verlegt die Kommunikation mit den Followern häufig in geschlossene, schwer überprüfbare Räume, wo sich entsprechende Inhalte noch schneller verbreiten lassen. Ein erschreckendes Beispiel ist der brasilianische Wahlkampf, in dem WhatsApp-Gruppen genutzt wurden, um breit gefächert Desinformationen zu Gunsten des späteren Präsidenten Jair Bolsonaro zu verschicken.

Im Vorlauf der deutschen Bundestagswahl beschäftigten sich die meisten politischen Parteien mit dieser Herausforderung. Laut Tagesspiegel Background vom 9. Februar haben SPD, Bündnis90/Die Grünen, FDP und die Linke Strategien für den Umgang mit Desinformationen. Die CDU klärt mit ihrer Infoseite Fakten gegen Fake News über die Problematik auf. Auch drei Medienanstalten sind gegen Desinformationen vorgegangen.

In einer gemeinsamen Initiative ermahnten die Anstalten mehrere Online-Portale, die sich als professionelle Journalisten präsentierten, jedoch mangelhafte journalistische Arbeit leisteten. Laut Tagesspiegel Background vom 16. Februar sei es das Ziel, die demokratische Medienlandschaft vor Verschwörungstheorien, die als Journalismus verkleidet seien, zu schützen.

Desinformationen: Wie setzt sich die EU gegen die Verbreitung ein?

Der Umgang mit Desinformationen ist auch in Brüssel zur Herausforderung geworden. Die Arbeit der EU in diesem Bereich startete 2015, in den letzten Jahren wurden weitere Maßnahmen umgesetzt. Der 2018 verabschiedete Aktionsplan gegen Desinformation soll die Fähigkeiten der EU und ihrer Mitgliedsstaaten stärken. Im Fokus sind die Erkennung und Analyse von Desinformationen, eine stärkere Kooperation zwischen den Mitgliedsstaaten und ein Aufbau der Resilienz-Fähigkeit der Bevölkerung. Ein freiwilliger Verhaltenskodex gegen Desinformation soll die Zusammenarbeit mit Online-Plattformen verstärken. Das Papier haben Firmen wie Google, Facebook, Twitter, Microsoft sowie Mozilla unterzeichnet; es verpflichtet beteiligte Unternehmen, weltweit Bemühungen gegen Desinformationen umzusetzen.

Im Zuge der Corona-Pandemie hat sich die Debatte um Desinformationen und Verschwörungstheorien auch mit Blick auf die Bedrohung für demokratische Prozesse weiter verschärft. Der im Dezember 2020 von der EU-Kommission vorgestellte Demokratie-Aktionsplan enthält daher auch ein Kapitel zur Bekämpfung von Desinformationen. Die wichtigsten Maßnahmen sind: Rechtsvorschriften für mehr Transparenz bei gesponsertem Inhalt im politischen Kontext; klarere Leitlinien für Plattformen zur Schaffung eines robusten Überwachungsrahmens im Kontext von Desinformationen; die Möglichkeit, Tätern und Täterinnen im Bereich Desinformationen Kosten aufzuerlegen; weitere Mittel für innovative Projekte zur Bekämpfung von Desinformation und zur Förderung von Medienkompetenz.

Kritisiert wird der Vorschlag unter anderem aus dem Europäischen Parlament. Der SPD-Politiker Tiemo Wölken hatte sich dafür eingesetzt, Plattformen dazu zu zwingen, personalisierte Werbung einzuschränken. Dem Tagesspiegel Background vom 01.12.2020 zufolge ist das für den Europa-Abgeordneten ein Anreiz, der die Verbreitung von Falschinformationen verringern könne. Der Grund: Desinformation, meist emotional aufgeladen, bringe Klicks und Daten, was personalisierte Werbung lukrativer mache. Das Kampagnen-Netzwerk Avaaz, das sich für Online-Rechte einsetzt, sieht in dem Vorschlag dagegen die Chance, ein „Paris-Abkommen gegen Desinformationen“ zu etablieren, wie euractiv.com am 03.12.2020 berichtete. In den kommenden Monaten wird das Maßnahmenpaket im Europäischen Rat und im Europäischen Parlament beraten. Dann wird sich zeigen, welche Regelungen die Europäische Union implementieren wird, um die Verbreitung von Desinformationen zu bekämpfen.

INPERSON

Fake News – sind wir heute besser vorbereitet?

Interview mit Philip Husemann, Geschäftsführer JoinPolitics



Bild: Saskia Uppenkamp (<https://saskia-uppenkamp.com/en/>)

B. Kirchgäßner: Herr Husemann, gerade im aktuellen Jahr, mit zahlreichen Landtagswahlen und der Bundestagswahl im September, spielen Desinformationskampagnen und Fake News eine Rolle. Wie sehen Sie in dieser Hinsicht die aktuelle Lage?

P. Husemann: Fake News und Desinformationskampagnen kursieren aktuell sehr stark rund um die Impfkampagne von Bund und Ländern. Das schafft viel Unsicherheit und rüttelt am Vertrauen in politische Entscheidungsträger. Ich erwarte einen Wahlkampf „der großen Unsicherheit“. Wie geht es mit und nach Corona weiter? Unsicherheit und Sorgen sind immer Brandbeschleuniger von Fake News. Zu erwarten ist, dass gerade aus dem Umfeld der AfD die Unsicherheit und der Frust rund um Corona in Desinformationskampagnen kanalisiert wird. Denn anders als bei der Wahl 2017 wird es der AfD wohl nicht gelingen, Hass und Fake News rund um das Thema Migration zu entfachen. Zumindest nicht in diesem Ausmaß.

B. Kirchgäßner: Sie fördern mit JoinPolitics primär die Entwicklung politischer Talente. Wie schätzen Sie die Auswirkungen von Fake News und Desinformation in Hinsicht auf die Entwicklung von jungen Politikerinnen und Politikern ein?

P. Husemann: Leider ist das ein zentrales Thema für unsere Talente. Gerade bei denen, die beispielsweise durch Migrationsbiografien oder politische Einstellungen stets Zielscheibe von Hass und Fake News sind. Deshalb vernetzen wir die Talente bei Bedarf direkt zu Beginn der Förderung mit Expert*innen aus der Zivilgesellschaft. Wer heute die politische Bühne betritt, sollte sich ein Grundwissen zum Umgang mit potentiellen Desinformations- und Hasskampagnen angeeignet haben.

B. Kirchgäßner: Sind Ihnen in der Unternehmenspraxis Beispiele für derartige Probleme begegnet?

P. Husemann: Bislang zum Glück nicht. Das liegt aber auch daran, dass JoinPolitics noch sehr jung ist. Uns gibt es erst seit November 2020. Wir müssen davon ausgehen, dass auch wir und unsere Talente im Superwahljahr 2021 Ziel von Desinformation und Fake News werden. Wir denken das in Konzepten zur Krisenkommunikation stets mit. Aber auf jede Eventualität können wir natürlich nicht vorbereitet sein. Fake News inszenieren ja oft die krudesten Zusammenhänge, auf die man nur mit viel böser Fantasie kommt.

B. Kirchgäßner: Auch „Veteranen“ des Politikgeschehens sehen sich immer wieder Wellen von Falschinformationen ausgesetzt. Was sind Ihre Empfehlungen für Akteure im politischen Geschehen, die sich in einer solchen Situation befinden?

P. Husemann: Nicht einschüchtern lassen! Es wäre fatal, wenn Politiker und Politikerinnen Meinungen nicht mehr äußern oder Dinge nicht mehr tun aus Sorge vor Angriffen. Wer von einer Desinformationskampagne betroffen ist, sollte sich unbedingt die Hilfe von Profis holen. Das NETTZ ist eine wichtige zivilgesellschaftliche Anlaufstation. Auch HateAid hilft Betroffenen von gezielten Hasskampagnen. Viele Personen aus der Politik nehmen die Hilfe von HateAid bereits in Anspruch. Auch die Amadeu Antonio Stiftung leistet wichtige Arbeit und hilft Betroffenen.

B. Kirchgäßner: Im digitalen Zeitalter verändert sich auch der Wahlkampf und bewegt sich zunehmend in der Online-

Sphäre. Welche Gefahren und Herausforderungen sehen Sie in den kommenden Jahren dadurch?

P. Husemann: Es besteht immer die Gefahr, dass man Orte meidet, die potentiell Angriffsflächen bieten. Problematisch wäre aber, wenn beispielsweise Rechtspopulisten wie Donald Trump oder Corona-Leugner allein und ohne Widerspruch in digitalen Räumen wie Twitter unterwegs wären. Prodemokratische Akteure müssen Räume wie Twitter, Facebook und Instagram aktiv bespielen, damit sie dort mit ihren konstruktiven Botschaften und progressiven Ideen lauter sind als die Trumps dieser Welt. Dass Donald Trump bei Twitter gesperrt wurde, halte ich übrigens für eine richtige Unternehmensentscheidung von Twitter. Sie zeigt allerdings auch: Aktiengesellschaften wie Twitter entscheiden inzwischen über Grundrechtsfragen wie die Einschränkung von Meinungsfreiheit. Das ist die Herausforderung unserer Zeit in diesem Themenfeld: Wie reguliert man global die Plattformökonomie?

B. Kirchgäßner: Um die Verbreitung von Falschinformationen zu bekämpfen und Straftaten im Netz zu verfolgen, hat Wolfgang Schäuble die Idee einer Klarnamenpflicht in

sozialen Netzwerken ins Spiel gebracht. Wie stehen Sie zu diesem Vorschlag?

P. Husemann: Das ist für mich eher eine Symboldebatte. Erstens dürften Fake-Accounts auch mit Klarnamenpflicht nicht sonderlich schwer zu erstellen sein und zweitens ist ein solches Gesetz nur schwer anwendbar auf alle international verstreuten kleineren Plattformen, die aber großen Einfluss auf die Plattformen ausüben. Fake News und Hasskampagnen entstehen ja oft in geschlossenen Foren und werden dann gezielt als viraler Content auf den großen Plattformen aktiviert. Leider verbreiten viele Menschen dann unter Klarnamen Fake News, weil sie es nicht besser wissen. Medienkompetenz und Plattformregulierungen sind deshalb wichtigere Hebel. Wenn Facebook will, kann es ja den Algorithmus entsprechend anpassen. Nur der Wille fehlt, denn Facebook lebt von aufmerksamkeitsstarken Inhalten. Und leider sind Fake News extrem aufmerksamkeitsstark.

Das Interview führte Balthasar Kirchgäßner

INFOCUS

Durch Stärkung von Digitalkompetenzen Fake News begegnen

Ein wesentliches Potential des Internets ist der einfache, kostenlose Zugang zu Informationen. Wikipedia, Google und vergleichbare Portale bieten frei verfügbares Wissen und Weiterbildungsmöglichkeiten. Twitter, Facebook und Youtube erlauben die Verbreitung von Meinungen und Nachrichten auch ohne Zugang zu klassischen Publikationsmedien. Doch genau hier verbirgt sich die Kehrseite der Medaille. In den letzten Jahren kommen, im Zuge der zunehmenden Digitalisierung, immer mehr Desinformationskampagnen auf. So haben bei den US-Präsidentenwahlen 2016 und 2020 russische Hacker und Bot-Netzwerke nachweislich versucht, das Ergebnis der Wahl zu manipulieren. 20 Prozent der Online-Diskussionen über die US-Wahl 2016 stammte von automatisierten Social Media Bots. Zudem verbreiten sich in Zeiten der Corona-Pandemie durch Gruppierungen wie die Querdenker Falschinformationen und Filterblasen rasant. Soziale Medien werden heute permanent zur Beeinflussung der öffentlichen Meinung genutzt, um das politische Verhalten global zu manipulieren. Extreme Verschwörungstheorien, wie die von der US-Kongressabgeordneten Marjorie Taylor Greene postulierten „Jüdischen Weltraum Laser“ oder die „Adrenochrom-Verschwörung“, muten zunächst lächerlich an. Ereignisse wie die eskalierenden Demonstrationen der Corona-Leugner in den USA und in Europa oder der Sturm des US-Kapitols zeigen allerdings schnell: Es gibt Gruppen in der Bevölkerung, die sich durch derartige Fake-News-Kampagnen zu extremen Taten verleiten lassen. Gezielte Desinformationen können aber auch viel subtiler und schleichend das Meinungsbild in Teilen der Bevölkerung verändern.

Gegen die Verbreitung solcher Falschinformationen muss etwas getan werden. Da die Filterung durch Moderatoren in sozialen Netzwerken bislang allerdings bestenfalls unzulänglich funktioniert, kommt zunehmend die Forderung nach technischen Gegenmaßnahmen auf. WhatsApp setzt auf eine Beschränkung von Weiterleitungen in Folge einer Fake-News-Welle mit Todesfolge in Indien. Regierungen nehmen immer häufiger Facebook, Google und Twitter in die Pflicht, Wahlwerbung als solche zu kennzeichnen und Bot-Netz-

werke zu eliminieren. Blockchain-basierte Lösungen könnten Nutzerinnen und Nutzer in Zukunft in die Lage versetzen, Nachrichten zu verifizieren, indem sie für mehr Nachvollziehbarkeit sorgen. Auch die Entwicklungen im KI-Sektor lassen sich für Anti-Fake-News-Zwecke nutzen. Beispielsweise entwickelten Forscher der Indiana University (USA) eine Methode zur rechnerischen Beurteilung der Genauigkeit einer gegebenen Behauptung. Derartige Fortschritte bei der automatischen Erkennung von Fehlinformationen sind in Zukunft zweifellos mehr einzusetzen.

Allerdings können solche häufig umgangen werden; oft sind sie auch fehler- bzw. manipulationsanfällig oder technisch noch nicht ausgereift. Ansätze wie die Beschränkung auf maximal fünf Weiterleitungen einer Nachricht verlangsamen zwar die Verbreitung von Informationen, sind aber bestenfalls eine symptomatische Behandlung. Juristische Vorgehen und staatliche Kontrollen haben bisher sogar eher das Gegenteil der geplanten Wirkung erzielt. Verschwörungstheoretiker und Gegner des Rechtsstaats sehen sich in ihrer Auffassung einer permanenten staatlichen Nachrichtenkontrolle bestärkt.

Insofern wird das eigentliche Problem nicht gelöst. Fake News sind ein Symptom für tiefere strukturelle Probleme in der Gesellschaft und den Medien. Um ihnen entgegenzuwirken, bleibt als einzige valide Option, die Digitalkompetenzen der Bevölkerung frühzeitig zu stärken. Menschen müssen in die Lage versetzt werden, Informationen für sich zu filtern. Nur so können sie entscheiden, welche Medien vertrauenswürdig sind. Nur so lassen sich die Schwachstellen beheben, die die Ausbreitung von Fake-News ermöglichen. Bislang eingesetzte Methoden und Gesetze gegen Fake News versuchen kurzfristig Abhilfe für ein tiefer gehendes, strukturelles Problem zu schaffen. Als solche laufen sie Gefahr irrelevant zu bleiben und verschlimmern eventuell sogar die Ursachen für das Phänomen. Dringend nötig ist eine Langzeitstrategie.

Von Werner Aichert und Balthasar Kirchgäßner

POLITICAL VOICE

Von MdB Dr. Irene Mihalic, Innenpolitische Sprecherin der Bundestagsfraktion Bündnis 90/Die Grünen

Bekämpfung der Fake-News-Pandemie



Im Sekundentakt werden in sozialen Netzwerken, in den Kommentarspalten von Nachrichtenseiten, in Messenger-Apps, in den Abgründen des Internets, auf rechtsextremen Imageboards und in verschwörungstheoretischen Internetforen Fake News gepostet – teilweise orchestriert. Dort verbreiten sie sich wie Lauffeuer. In der Corona-Pandemie hat diese Fake-News-Welle mit einem Fokus auf sicherheitsrelevante Nachrichten einen neuen und gefährlichen Höhepunkt erreicht: Impfungen werden als Ziel einer jüdischen Weltverschwörung bezeichnet und das Coronavirus als eine in Laboren gezüchtete Biowaffe. Fake News verfolgen häufig politische Ziele oder gehen mit rassistischer und antisemitischer Rhetorik einher, genau wie Hass im Internet, der sich mehrheitlich gegen marginalisierte Gruppierungen, Frauen oder politische Gegner richtet.

In der Debatte um Lösungsmöglichkeiten zur Bekämpfung von Hass, Hetze und Fake News ist der Vorschlag zur Einführung einer Klarnamenspflicht glücklicherweise auch bei den Regierungsfractionen wieder vom Tisch. Denn eine Klarnamenspflicht löst das Problem nicht, ganz im Gegenteil: Menschen muss aufgrund des verfassungsrechtlich garantierten Rechts auf informationelle Selbstbestimmung und des allgemeinen Persönlichkeitsrechts garantiert werden, sich auch anonym oder unter einem Pseudonym im Internet äußern zu können. Wissenschaftliche Studien haben zudem längst gezeigt, dass eine Klarnamenspflicht Personen nicht davor zurückschrecken lässt, auch strafrechtlich relevante Äußerungen zu tätigen. Vielmehr müssen die strafrechtlich relevanten Äußerungen, die von Holocaustleugnung bis hin zu rechtsextremen Morddrohungen reichen, tatsächlich ermittelt und verfolgt werden.

Der Flut an Fake News, die teilweise gezielt Meinungsbildungsprozesse manipuliert, muss mit anderen Mitteln begegnet werden. Plattformbetreiber müssen gegen Falschmeldungen vorgehen und gegen den missbräuchlichen Einsatz von Social Bots und Fake-Profilen aktiv werden und diese kennzeichnen. Darüber hinaus müssen wir auf ein Bildungssystem setzen, das kritisches Denken und Hinterfragen fördert und Informations- sowie Medienkompetenzen generationenübergreifend schult. Unabhängiger Journalismus und öffentlich-rechtlicher Rundfunk genau wie eine starke Zivilgesellschaft sind entscheidende Voraussetzungen, um Fake News wirksam zu begegnen. Nur mit ihnen können wir orchestrierte Fake-News-Kampagnen entlarven, ob sie nun von rechtsextremen Zirkeln oder von russischen Staatsmedien kommen, und ihnen dann entschlossen entgegentreten mit allen Mitteln, die der Rechtsstaat vorsieht.

TERMINANKÜNDIGUNGEN

13.04., 09:00 Uhr – 15.04., 12:30 Uhr, Webinar: Digitalisierungsstrategie für die öffentliche Verwaltung
Strategieentwicklungsprozess zur Zielbildentwicklung, Maßnahmenplanung und Umsetzungssteuerung.

Veranstalter: Behörden Spiegel

Ort: Online

Anmeldung unter: https://www.fuehrungskraefte-forum.de/teilnehmerauswahl.jsp?v_id=6917

13.04 + 22.04., 09:00 – 13:00 Uhr, Spezialisierung Ressourceneffizienz durch Digitalisierung

Erhöhung der betrieblichen Ressourceneffizienz durch Digitalisierung anhand des bewährten CRISP-DM-Prozess-Modells.

Veranstalter: VDI Zentrum Ressourceneffizienz/Umwelttechnik BW

Ort: Online

Anmeldung unter: <https://www.qualifizierung-re.de/qualifizierungen/veranstaltung/detail/online-spezialisierung-ressourceneffizienz-durch-digitalisierung-in-kooperation-mit-umwelttechni-1/>

22.04., 09:00 – 13:00 Uhr, Online-Workshop „Künstliche Intelligenz – heute schon im Unternehmen einsetzen“

interaktiver Online-Workshop zu aktuellen Einsatzmöglichkeiten von KI in Unternehmen

Veranstalter: gemeinsam-digital

Ort: Online

Anmeldung unter: <https://gemeinsam-digital.de/veranstaltungen/kuenstliche-intelligenz-heute-schon-im-unternehmen-einsetzen/>

28.04. – 29.04., Bitkom Bildungskonferenz

Online-Konferenz mit Vertreterinnen und Vertretern aus Politik, Bildungspraxis, Wirtschaft und Zivilgesellschaft zu den Themen Zukunft des Lernens und digitale Bildungsoffensive.

Veranstalter: Bitkom

Ort: Online

Anmeldung unter: <https://www.bildungs-konferenz.de/tickets>

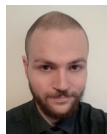
MITWIRKENDE AUTOREN:



Werner Aichert



Antonia Dittrich



Balthasar Kirchgäßner

IMPRESSUM

Herausgeber

msg systems ag
Robert-Bürkle-Straße 1
85737 Ismaning/München
Deutschland

Verantwortlich:

Dr. Stephan Frohnhoff (Vorsitzender),
Rolf Kranz,
Bernhard Lang,
Dr. Aristid Neuburger,
Karsten Redenius,
Dr. Frank Schlottmann,
Dr. Jürgen Zehetmaier
Aufsichtsratsvorsitzender:
Johann Zehetmaier

Redaktionsleitung:

Regina Welsch
msg systems ag
Friedrichstraße 120, 10117 Berlin
Mobil: +49 1520 238 5842
E-Mail: public-affairs@msg.group