

Ulrich Tückmantel

## Dem Sascha sein Bruder seine Frau

**Abstract:** In the shadow of the spread of the corona virus, a real disinformation pandemic occurred in spring 2020 for the second time after the refugee crisis in 2015. The fact-checking of classical media could not stop the dissemination of false news. Instead of analyzing and criticizing the media, media policy should now focus urgently on “herd immunizing” the public against fake news. An example of how this could be done is provided in the form of 9 test questions, which the press office of the Münster district government has compiled as a “Corona fake news check”.

\*

Die Warnung vor dem vollständigen Corona-Shutdown kam am Freitag, 20. März 2020, als Sprachnachricht per WhatsApp. Die Absenderin, dem Anschein nach eine Lehrerin aus Nordrhein-Westfalen, teilte darin mit: Es habe sie gerade ihr Kollege, der Sascha, angerufen. Die Frau von Saschas Bruder arbeite in Düsseldorf „bei irgendwie so einer Regierung“, und sie sei die Frau, die Reden und Pressemitteilungen „für den Armin Laschet immer schreibt“. Und dem Sascha sein Bruder seine Frau bereite nun gerade eine Pressemitteilung des Inhalts vor, dass Nordrhein-Westfalen noch an diesem Wochenende eine vollständige Ausgangssperre verhängen werde. Ohne Passierschein werde man dann das Haus nicht mehr verlassen dürfen, die Passierscheine würden gerade vorbereitet. Der Sascha rufe in diesem Moment das ganze Kollegium an, damit jede und jeder noch schnell etwas einkaufen gehen könne.

Also, das war doch wirklich nett von Sascha! Und doch auch von seiner anonymen Kollegin! Oder etwa nicht? An der Falschinformation der unbekannten angeblichen Lehrerin und ihrer massiven WhatsApp-Verbreitung wird vieles deutlich, das heutige Desinformations-Pandemien kennzeichnet. Kein Fact-Checking noch so bemühter Redaktionen und kein digitales Gate-Keeping demokratisch-rechtsstaatlicher Gesellschaften kann die pandemische Verbreitung von Direkt-Falschnachrichten über Messenger-Dienste wie WhatsApp, TikTok oder Telegram stoppen. Die einzigen, die dies können, sind die Empfänger –

---

**Ulrich Tückmantel** war bis 2019 rund 25 Jahre als Tageszeitungs-Journalist vor allem für die Rheinische Post und die Westdeutsche Zeitung tätig, zuletzt als Chefredakteur. Seit Juni 2019 ist er Pressesprecher der Bezirksregierung Münster.

Open Access. © 2021 Ulrich Tückmantel, publiziert von De Gruyter.  Dieses Werk ist lizenziert unter der Creative Commons Attribution 4.0 International Lizenz.  
<https://doi.org/10.1515/9783110693065-011>

indem sie entscheiden, die Nachricht nicht weiterzuverbreiten.

Die Entscheidung, dem Sascha sein Bruder seine Frau ihre Nachricht (so sagt man das an Rhein und Ruhr) nicht zu teilen, fiel meinen Kolleginnen und mir leicht. Weil wir wissen, wer die Reden des Ministerpräsidenten schreibt und wer seine Pressemitteilungen. Und weil wir nicht glauben, dass eine Lehrerin als Angestellte oder Beamtin des Landes Nordrhein-Westfalen von der Staatskanzlei als „irgendwie so einer Regierung“ spricht. Aber was ist, wenn man nicht wie meine Kolleginnen und ich zufällig im Newsroom einer Bezirksregierung arbeitet? Und wenn man diese Nachricht in einer sehr angespannten Lage erhält?

Weil solche Chronologien schnell in Vergessenheit geraten: Am Montag (16. März 2020) begann das Herunterfahren des öffentlichen Lebens. Am Mittwoch (18. März) hielt die Bundeskanzlerin ihre TV-Ansprache, in der sie die Deutschen auf die größte Herausforderung seit dem Zweiten Weltkrieg einschwor. Am Sonntag (22. März) kam es dann tatsächlich bundesweit zu der Aufforderung, sich in der Öffentlichkeit nicht mit mehr als einer fremden Person zu treffen und einem gefühlten Kontaktverbot. Am Freitag musste es daher keineswegs aus der Luft gegriffen erscheinen, dass Nordrhein-Westfalen sich auf derartige Tüchtigkeits-Demonstrationen seines Krisenmanagements verlegen würde.

Täuschen Sie sich nicht: Das ist kein Problem anderer Leute, auf deren intellektuelle Bildung man deutlich weniger Geld und Zeit verwandt hat als auf Ihre und meine. Wenn Sie an die Echtheit einer solchen Nachricht glauben, ist es nur natürlich, sie mit guten Freunden und der Familie zu teilen: Lasst uns schnell noch einmal Klopapier, Nudeln, Konserven, Mehl und Hefe kaufen, bevor wir nicht mehr raus dürfen und alles knapp wird! So ein Wissen behält man völlig unabhängig seines Bildungsniveaus nicht für sich, sondern teilt es vor allem mit denen, die einem wichtig und nahe sind – und ihnen gegenüber wird man durch den Vorgang des Weiterleitens selbst zum Garanten für die Echtheit der Nachricht. Und damit auch für ihre weitere Verbreitung. Genau an dieser Stelle und in diesem Moment muss die Bekämpfung von Desinformation und Fake News ansetzen.

Deshalb müssen wir Routinen entwickeln und durchsetzen, die unser erlerntes Verhalten durchbrechen. Wie wir uns in der Pandemie mühsam angelehnt haben, uns kontaktlos zu begrüßen, Abstand zu halten, in die Armbeuge zu husten und uns ständig die Hände zu waschen, so müssen wir lernen, nicht jede Meldung aus den russischen Desinformations-Fabriken in bester Absicht sofort zu teilen. Im Gegenteil: Das Weiterleiten von Fake News muss im öffentlichen Moral-Urteil auf der gleichen Stufe angesiedelt werden wie das Ersäufen

von Katzenbabys in einem YouTube-Video oder wenigstens wie (derzeit im Sommer 2020) das Betreten eines Supermarkts oder einer Straßenbahn ohne Mund-Nasen-Schutzmaske. Fake News zu verbreiten ist eine gesellschaftsschädliche Handlung. Dazu im folgenden zwei Thesen:

- 1) Eine offene freie Gesellschaft, die es bleiben will, muss aufhören, systematische Desinformation sanktionslos hinzunehmen und zu behaupten, die Bürgerinnen und Bürger könnten dies schon richtig einordnen.

Der Verweis auf die behauptete bürgerliche Medienkompetenz ist keine angemessene Reaktion, wenn ein Land oder ein ganzer Staatenbund systematisch mit Desinformation als strategischer Waffe im Rahmen einer hybriden Kriegsführung angegriffen werden – und das über viele Jahre. Als nach dem „Fall Lisa“ 2016 der damalige Bundesinnenminister Thomas de Maizière über ein „Abwehrzentrum gegen Desinformation“ beim Bundespresseamt nachdachte, sprach der Deutsche Journalistenverband reflexartig von Plänen für eine „Zensurbehörde“, und sein Vorsitzender erklärte, „dass es bereits hunderte von Abwehrzentren gegen Desinformation gibt. Das sind die Redaktionen von Zeitungen, Zeitschriften, Nachrichtenportalen und Rundfunksendern.“ Eingerichtet wurde das Abwehrzentrum bis heute nicht.

Zur Erinnerung: Die 13-jährige Russlanddeutsche Lisa F. war auf dem Weg zur Schule verschwunden, tauchte einen Tag später wieder auf und berichtete, von Flüchtlingen entführt und vergewaltigt worden zu sein – was frei erfunden war. Daraufhin kam es zu offenkundig gesteuerten Demonstrationen Russlanddeutscher in Berlin, Bayern und Baden-Württemberg. Der russische Außenminister machte „unser Mädchen Lisa“ in seiner Jahrespressekonferenz zum angeblichen Beispiel dafür, wie Merkel-Deutschland seine Bevölkerung der Gewalt von Flüchtlingen überlasse. Ein Sprecher des Auswärtigen Amtes erklärte damals unter generellem Bezug auf die in Deutschland aktiven russischen Desinformations-Kanäle, die Bürger seien fähig, das richtig einzuordnen.

Alle Demokratien westlicher Prägung stecken in einem Dilemma: Die Idee der Pressefreiheit ist, dass die Regierenden von den Medien kontrolliert werden – und nicht die Medien von den Regierenden. Das macht freie, offene Gesellschaften extrem angreifbar für die Desinformations-Agenturen autoritärer Staaten, wie Russland sie inzwischen gegen fast alle EU-Staaten einsetzt. EU- und Nato-orientierte Staaten wie die Ukraine, die sich aufgrund ihrer geografischen Nähe weit robusteren russischen Angriffen als bloß der Beschallung mit Propaganda ausgesetzt sehen könnten, reagieren auf die Waffe der Desinformation weniger entspannt als deutsche Außenamts-Sprecher. Bereits 2015 richtete die

EU auf Initiative der Visegrád-Staaten Polen, Tschechien, Slowakei und Ungarn eine „East StratCom Task Force“ zur Aufklärung russischer Desinformation ein. Das klingt entschlossen, aber tatsächlich bestand die „East StratCom Task Force“ zunächst aus nicht einmal einem Dutzend Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern (im Internet: [euvdisinfo.eu](http://euvdisinfo.eu)). Tschechien stellte 2017 mit 20 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern eine eigene Spezialeinheit auf, um die Desinformationen von mehr als 40 tschechischen Fake-News-Diensten aufzuklären, hinter denen mutmaßlich der Kreml steckt.

Seit anderthalb Jahrzehnten baut Wladimir Putin russische Staatsmedien zu einem psychologischen Waffensystem um. Der Sender „RT“ (früher „Russia Today“) betreibt mit zahlreichen Auslandsablegern seit dem Kaukasus-Krieg 2008 eine klassische „Whataboutism“-Strategie, mit der jede Kritik an der russischen Aggressions-Politik delegitimiert werden soll. Im Januar 2013 hielt der russische Generalstabschefs Walerij Gerassimow öffentlich eine bemerkenswerte Rede, in der er „Information warfare and propaganda“ zu Komponenten der künftigen hybriden Kriegsführung Russlands erklärte. Experten schätzten die russischen Ausgaben für Desinformation schon während der Flüchtlingskrise auf rund 450 Millionen US-Dollar jährlich. In Deutschland darf „RT Deutsch“ sein Internet-Programm sogar in den thüringischen Lokalsender „Salve TV“ einspeisen. Die RT-Tochter „Ruptly“, eine Video-„Nachrichten“-Agentur mit weltweit 25 Büros, hat allein in Berlin 110 Angestellte. „Sputnik“ (ehemals „Stimme Russlands“) assistiert mit Redaktionen an 130 Standorten in 34 Ländern und Sendungen in 30 Sprachen. Die „Agentur für Internet-Forschung“ in St. Petersburg ist mit rund 400 Mitarbeitern die bekannteste Troll-Armee der Welt. Und wo es etwas plumper sein darf, werden rechtsextreme EU-Parteien wie der französische „Front National“ direkt aus Moskau finanziert.

Ihren ersten weltpolitischen Auftritt hatte die russische Strategie, als ‚kleine grüne Männchen‘ (d.h. Militär ohne Hoheitsabzeichen) im Januar 2014 die ukrainische Krim besetzten. Russland leugnete die Invasion. Wladimir Putin entblödete sich nicht einmal der Behauptung, falls das russische Soldaten seien, griffen sie die Ukraine wohl während eines Urlaubs als Privatleute an. Eindrucksvoll ließ sich die russische Strategie studieren, als es am 17. Juli 2014 zum (wohl versehentlichen) Abschuss des Passagierflugzeugs MH-17 kam. In abenteuerlicher Taktung feuerte die russische Propaganda absurdste Erklärungen ab: Buk-Raketen des ukrainischen Militärs seien in der Nähe gewesen. Mutmaßlich sei ein ukrainisches Kampfflugzeug in der Nähe gewesen. Es gebe einen Augenzeugen für eine Bombe an Bord. Die ukrainische Armee habe das Flugzeug von Putin abschießen wollen. Der US-Geheimdienst habe ein Flug-

zeug voller Toter in die Ukraine geschickt. Die Rakete sei israelischer Bauart und stamme aus Georgien.

Tetiana Matychak, die Chefredakteurin der ukrainischen Website Stopf-ake.org, erläuterte am Beispiel von MH-17 die Ziele der russischen Propaganda in einem Interview mit der taz: „Die russische Regierung versucht, nicht eine, sondern viele unterschiedliche Botschaften zu senden. [...] Die Leser oder Zuschauer können nichts glauben, weil sich die vorherigen Informationen immer wieder als falsch herausstellen. Das Ziel ist, zu signalisieren: Es gibt keine Wahrheit, alles ist möglich.“ Und der damalige US-Botschafter John B. Emerson erläuterte es im Juni 2015 auf der Konferenz „Russische Desinformation im 21. Jahrhundert“ bei der Heinrich-Böll-Stiftung in Berlin so: „Die Desinformationskampagne des Kreml geht weit über die Kontrolle der eigenen Medien hinaus. Sie zielt vielmehr darauf ab, eine Parallelversion der Realität zu präsentieren und so darüber zu berichten, als handele es sich um Nachrichten. Ziel des Kreml ist es, dass die Menschen den Wert der Medien an sich infrage stellen; er lehnt die Vorstellung von einer absoluten Wahrheit ab und will die Öffentlichkeit davon überzeugen, dass ‚Wirklichkeit‘ relativ ist.“

Die besten Verbündeten der russischen Desinformatoren in Deutschland sind Rechtsextremisten, Verschwörungstheoretiker und Politiker der AfD. Seit dem Start von „RT Deutsch“ im November 2014 übertrug der Internetsender massenhaft Pegida-Veranstaltungen. Zu den häufigsten Gästen gehörten in den ersten Jahren Petr Bystron (AfD Bayern), Sevim Dağdelen (Die Linke), Jürgen Elsässer (Chefredakteur Compact), Alexander Gauland (AfD), Ken Jebsen (Ex-RBB, KenFM), Manuel Ochsenreiter (rechtsextremer Publizist, Zuerst! und DMZ), Beatrix von Storch (AfD) und Udo Ulfkotte (Ex-FAZ, inzwischen verstorbener Gründer der rechtspopulistischen Bürgerbewegung Pax Europa). In der Coronakrise ist „RT Deutsch“ der Heimatsender der Pandemie-Leugner und Verschwörungstheoretiker.

Die russischen Desinformations-Waffen feuern sehr effektiv überall da mit, wo die Staaten des früheren Westens empfindlich zu treffen sind. Das war 2016 bei der Brexit-Entscheidung und der Wahl Donald Trumps so, seit 2018 werden die „Gilets jaunes“ in Frankreich vor allem über Fake News bei Facebook und YouTube gesteuert. Im April 2020 warnte der Europäische Auswärtige Dienst in einem Sonderbericht zur Coronakrise: „Verschiedene offizielle und staatlich unterstützte Quellen – unter anderem aus Russland und in geringerem Maße aus China – setzen trotz möglicherweise erheblichen Auswirkungen auf die öffentliche Gesundheit nach wie vor auf Verschwörungstheorien und Desinformationen, die sich an die Öffentlichkeit in der EU und ihren Nachbarländern richten.“ In allen Sprachen verbreiteten sich falsche oder hochgradig irrefüh-

rende Inhalte weiterhin wie ein Lauffeuer, selbst wenn sie von lokalen Faktenprüfern als solche markiert würden: „Obwohl es nicht möglich ist, die Gesamtzahlen zu ihrer Reichweite zu berechnen, kann man mit Sicherheit sagen, dass entsprechende Inhalte Millionen Nutzer in den analysierten Sprachgebieten erreichen“, heißt es in dem EAD-Bericht. Und der Bericht macht keinen Hehl daraus, dass die angebliche Selbstkontrolle der Sozialen Medien wie Facebook und Twitter schlicht nicht funktioniert: „Die vom Kreml geförderte Desinformation über COVID-19 / das Coronavirus wird in den sozialen Medien nach wie vor häufig geteilt, auch wenn sie den offiziellen Leitlinien der Weltgesundheitsorganisation (WHO) und den inhaltlichen Richtlinien der sozialen Netzwerke widerspricht.“

Umso verstörender fällt auf, wenn nahezu zeitgleich Kommunikationswissenschaftler der Westfälischen Wilhelms-Universität Münster (WWU) mitteilen, „in Zeiten der Corona-Pandemie haben sogenannte alternative Nachrichtenmedien im deutschsprachigen Raum nur wenige Falschmeldungen (Fake News) verbreitet – stattdessen neigen sie stärker zur Veröffentlichung von Verschwörungstheorien“, als sei das irgendwie beruhigend. Die „sogenannten alternativen Nachrichtenmedien“, die die WWU-Wissenschaftler ausgewertet haben, enthalten das „who is who“ der staatlichen russischen Desinformations-Waffen und rechtsextremer Fake-News-Fabrikanten, so dass man sich ernsthaft fragen muss, ob die Münsteraner Experten verstanden haben, um was es eigentlich geht. Christophe Leclercq, Gründer des EU-Medienetzwerks „Euractiv“ und Mitglied einer High-Level Expert Group der EU zu „Fake News“, lieferte 2018 eine Definition: „Uns ging es nicht um *illegal* Berichte wie beispielsweise üble Nachrede oder der [sic] Verbreitung von Rassismus. Dagegen gibt es bereits Gesetze. Uns ging es auch nicht um Satire oder um Enten und andere journalistische Fehler. Dafür gibt es Überprüfungs- und Korrekturmechanismen. Das Hauptaugenmerk unserer Expertengruppe lag auf *vorsätzlicher* Desinformation, sei es aus politischen oder wirtschaftlichen Motiven. Heutzutage geht es in dieser Debatte meist um Destabilisierungsversuche, die von Russland finanziert werden.“

Die hochrangige Expertengruppe der EU empfahl allerdings erneut wie schon so viele Experten vor ihr, „Fake News“ vor allem mit „Qualitäts-News“ zu bekämpfen. Von sechs Vorschlägen zielten vier auf eine qualitativ bessere Content-Substanz, zwei auf Regulierung. Zur Medienbildung fand sich immerhin der Konsens, „dass wir Medienkompetenz fördern und kritisches Denken bei den Bürgern unterstützen müssen“. Zum „Wie?“ und was das kosten darf – kein Wort. Diese Unwilligkeit sowohl auf europäischer wie nationaler Ebene, in relevantem Umfang und wirksam in die „News Literacy“ der Bürgerinnen und Bür-

ger zu investieren, spielt den Feinden der freiheitlich-offenen Demokratie direkt in die Hände. Und damit zur zweiten These:

- 2) Eine offene freie Gesellschaft, die es bleiben will, muss einsehen, dass Medienpolitik, die nicht massiv auf die Stärkung einer gesellschaftlichen „Herdenimmunisierung“ gegen Fake-News-Verbreitung setzt, krachend scheitern wird.

Der wichtigste Grund dafür ist, dass die einstigen Massenmedien Tageszeitung und öffentlich-rechtlicher Rundfunk im Hinblick auf die Aufklärung ihres Publikums längst gescheitert sind. Wären die rund 130 deutschen Tageszeitungen, die auf dem Papier noch über eine Mantel-Vollredaktion verfügen, COVID-19-Patienten, so würde der Mehrheit die intensivmedizinische Behandlung verweigert: Das Behandlungsziel der Lebenserhaltung ist bei ihnen nicht mehr erreichbar. Seit gut 20 Jahren finden die Eigentümer der Zeitungsverlage und ihre Manager kein Geschäftsmodell, lokalen und regionalen Journalismus profitabel in die Digitalisierung zu führen. Die Coronakrise beschleunigt die stetige Abwärtsspirale aus Auflagenverfall, Einnahmeverlusten und immer neuen Einsparrunden noch einmal. Bald ist nicht mehr viel zum Sparen da.

Im Januar 2020 – also bevor die Coronakrise in Europa überhaupt zur Kenntnis genommen wurde – veröffentlichte die NRW-Landesregierung den Bericht „Situation des Zeitungsmarktes in Nordrhein-Westfalen 2019 und seine digitale Entwicklung“, den die SPD-Landtagsfraktion rituell alle paar Jahre anfragt. Darin heißt es sehr illusionslos:

Qualitativ hochwertiger Lokaljournalismus steht unter ökonomischem Druck und verliert gemessen an den Auflagen an gesellschaftlicher Akzeptanz. Die ständige Verfügbarkeit von Informationen unterschiedlichster Quellen macht es für Zeitungen immer schwerer, ihren Mehrwert sichtbar zu machen. Als Vertrauens- und Erfahrungsgut stehen sie unter Druck. Für Tageszeitungen sinkt die Zahlungsbereitschaft seit Jahren und dieser Bericht dokumentiert, dass sich dieser Trend fortschreibt. Auch die Bereitschaft, für digitale Inhalte zu bezahlen, ist tendenziell unterentwickelt und Zeitungen tun sich schwer, auch online reputations-starke Marken zu etablieren und damit die Zahlungsbereitschaft ihrer Leserschaft zu erhöhen. Digitale „Love Brands“ wie Spotify oder Netflix haben Flatrate-Preismodelle etabliert, die bei etwa zehn Euro pro Monat liegen und prägen damit den derzeitigen Preistoleranzrahmen für digitale Inhalte. Digitalabos von Regionalzeitungen liegen häufig bei deutlich über 20 Euro bis zu 40 Euro pro Monat. Es gelingt offenbar nicht ausreichend, den Mehrwert journalistischer Inhalte zu kommunizieren.

Der CDU-Politiker Friedrich Merz fasste es im gleichen Monat bei einer Veranstaltung des Aachener Karnevalsvereins etwas kürzer zusammen: „Wir brauchen die nicht mehr.“

Eigentlich müssten in der Coronakrise Medien von der Suche der Bürgerinnen und Bürger nach verlässlicher Information profitieren. Die Pressestelle des Westdeutschen Rundfunks meldete eine Reichweitensteigerung des WDR Fernsehens von 3,7 auf 4,5 Millionen Zuschauer täglich im Vergleich zum März des Vorjahres. Die „Lokalzeit“-Ausgaben hätten „Rekord-Einschaltquoten“ mit einem Spitzenwert von bis zu 2,16 Millionen Zuschauern und Marktanteilen von teils mehr als 30 Prozent eingefahren, so der WDR. Nach zwei Jahrzehnten des Niedergangs hätte die Coronakrise die Sternstunde des lokalen Tageszeitungsjournalismus sein können, zumal einige Häuser für März und April digitale Zuwachsrraten von bis 200 Prozent meldeten. Die FAZ verkündete gleich 22.000 neue Plus-Abos. Das Blöde daran: Die FAZ-Abos wurden für je 1 Euro unters Volk gebracht. Und 200 Prozent plus im digitalen Zeitungs-Verkauf klingen so lange beeindruckend, bis man zur Kenntnis nimmt, dass die Reichweite bei gleichzeitiger Reduzierung der Inhalte erzielt wurde und die Einnahmeverluste nicht einmal annähernd kompensiert werden können.

Große Zeitungsverlage in NRW reagierten auf die Coronakrisen-Chance mit weiterem Rückzug: Sie meldeten Kurzarbeit für die Redaktionen an. So senkte der Verlag der „Westfälischen Nachrichten“ die Arbeitszeit seiner Lokalredaktionen auf 40 Prozent. Das bedeutete: Redakteurinnen und Redakteure arbeiteten nur noch an zwei Tagen in der Woche an Zeitungs-Ausgaben mit sechs Erscheinungstagen. Auch die Funke-Mediengruppe (WAZ, NRZ etc.) meldete Kurzarbeit an. Vor allem Anzeigenblätter sparten sofort an dem bisschen, was sie überhaupt als Redaktion betreiben. Nach Verbands- und Branchenangaben liegt der Einbruch der Werbeerlöse in Deutschland und der Schweiz im März und April bei bis zu 80 Prozent. Bei den mehr als 40 NRW-Lokalradios, die außer Werbung keine relevanten Einnahmen haben, sahen sich die nordrhein-westfälische Landesregierung und die Landesanstalt für Medien (LfM) zu einem „Solidarpakt Lokalfunk NRW“ mit den Radios und den technischen Anbietern genötigt. Verkürzt: Das Land zahlt für drei Monate die Übertragungskosten (also die UKW-Sendeleistung), dafür sagen die Radios zu, bis September die redaktionellen Arbeitsplätze zu sichern und mindestens 75 Prozent der Aufträge für freiberuflich tätige Journalistinnen und Journalisten zu erhalten.

Was das kostet, sagte die Landesregierung nicht; laut dpa geht es lediglich um einen höheren sechsstelligen Betrag, der letztlich zugunsten der Zeitungsverlage fließt. Denn die sind im bundesweit einzigartigen NRW-Lokalfunk-Modell die Mehrheitseigner der Radios. Darüber hinaus hat der Bundestag im November 2019 bereits unabhängig von der Corona-Lage beschlossen, die Zustellung von Tageszeitungen und Anzeigenblättern 2020 mit 40 Millionen Euro zu fördern; bislang fehlt jedoch ein Auszahlungsmodell. Man muss dennoch

konstatieren: Land und Bund subventionieren in der Krise nicht unabhängigen Journalismus, sondern Verleger (die auch schon in den Genuss eines reduzierten Mehrwertsteuersatzes von 7 statt 19 Prozent kommen) und Übertragungswege, auf denen die Mehrheit der Bevölkerung nicht erreicht werden kann. Denn die Subvention der Zeitungszustellung ist eine Privilegierten-Förderung für Leserinnen und Leser, die willens und in der Lage sind, jährlich rund 500 Euro für den Abonnement-Bezug einer Tageszeitung zu bezahlen.

Die Medienpolitik hätte inzwischen durchaus Anlass zu fragen, ob die Verlegerinnen und Verleger eigentlich noch die „Öffentliche Aufgabe der Presse“ (§ 3 Landespressegesetz NRW) erfüllen: „Die Presse erfüllt eine öffentliche Aufgabe insbesondere dadurch, daß sie Nachrichten beschafft und verbreitet, Stellung nimmt, Kritik übt oder auf andere Weise an der Meinungsbildung mitwirkt.“ Es würde den Rahmen dieses Essays sprengen, zu diskutieren, dass unabhängiger, professioneller und nachrichtlich vollständiger Journalismus gerade in Krisenzeiten sehr systemrelevant ist, wohingegen Eigentümer physischer Übertragungswege wie Verleger und Rundfunkanstalten dies im Internetzeitalter nicht zwingend sind. Entscheidend ist: Selbst sehr engagierte und wirklich professionelle redaktionelle Fakten-Check-Formate, die seit der sogenannten „Flüchtlingskrise“ entstanden sind, erreichen die Bevölkerungsmehrheit nicht und können in der aktuellen Coronakrise offenkundig erneut nicht verhindern, dass Fake News und Verschwörungstheorien eine Hochkonjunktur erleben.

Ein Vorbild für medienpolitische Strategien, die sich auf die grundsätzliche Medienkompetenz-Stärkung des Publikums im Umgang mit Nachrichten und Desinformation konzentrieren, können Initiativen wie das amerikanische „News Literacy Projekt“ (siehe newslit.org) sein. Seit 2008 hat die Initiative Unterrichtsinhalte und Methoden entwickelt, die sich insbesondere an Lehrerinnen und Lehrer amerikanischer Middle und Highschools richten. Mit sehr guten Argumenten: Eine im November 2016 veröffentlichte Studie der Stanford University, an der mehr als 7800 Schulen in 12 Bundesstaaten der USA teilgenommen hätten, belegt: „Eine überwältigende Mehrheit aller Altersgruppen war nicht in der Lage, die Glaubwürdigkeit der Informationen zu beurteilen, die ihre Smartphones, Tablets und Computer überflutet – trotz ihrer Begabung für digitale und soziale Medien.“ 80 Prozent aller Mittelschüler hätten gesponserte Inhalte für echte Nachrichten gehalten. Weniger als 20 Prozent der Highschool-Studenten hätten die Glaubwürdigkeit eines manipulierten Fotos angezweifelt. Weniger als ein Drittel aller College-Studenten habe die politische Agenda von Lobbyisten-Tweets bei Twitter identifizieren können.

Die Studie kommt zu dem Schluss, „die Fähigkeit junger Menschen, über die Informationen im Internet nachzudenken, kann in einem Wort zusammengefasst werden: trostlos. [...] Die Demokratie ist bedroht durch die Leichtigkeit, mit der sich Desinformation über gesellschaftliche Themen verbreiten und gedeihen darf.“ Bildungsprogramme seien „die einzige Möglichkeit, mit diesen Arten von Problemen umzugehen“, wird der Hauptautor der Studie, Sam Wineburg, in Medien zitiert: „Die Fähigkeit zu erkennen, was zuverlässig oder nicht zuverlässig ist – das ist die neue Grundkompetenz in unserer Gesellschaft.“ Das Ziel des „News Literacy Project“ ist, bis 2022 eine Gemeinschaft von 20.000 Unterrichtspraktikern aufzubauen, die mithilfe von Programmen des Projekts die Nachrichtenkompetenz von 3 Millionen Schülerinnen und Schülern der Mittel- und Oberstufe stärken. Dies entspreche etwa 10 Prozent aller amerikanischen Schülerinnen und Schüler in der 6. bis 12. Klasse. Das will das „News Literacy Project“ mit einem Budget von 5,25 Millionen US-Dollar erreichen – also mit wenig mehr als zehn Prozent der Summe, die in diesem Jahr in Deutschland für die Subventionierung der Zeitungszustellung ausgegeben werden soll.

Fast alle Anbieter von Checklisten oder Ähnlichem zur Glaubwürdigkeitsüberprüfung von Nachrichten können berichten, dass solche Veröffentlichungen auf großes Publikumsinteresse stoßen. Die Bezirksregierung Münster, deren Pressestelle ich leite, erreicht mit ihrem nicht an die Medien gerichteten Teil der Öffentlichkeitsarbeit ein eher kleines Publikum. Durch tägliche Statistik-Veröffentlichungen hat sich während der Coronakrise die Zahl unserer Follower bei Twitter von 2000 auf rund 4200 verdoppelt. Die Geschichte von „dem Sascha sein Bruder seine Frau“ haben wir Anfang April 2020 zum Anlass genommen, einen ganz simplen „Corona-Falschnachrichten-Check“ zusammenzustellen und zum Download in mehreren Versionen anzubieten, die man sich ausdrucken und neben die Tastatur legen kann.<sup>1</sup> Im Grunde konzentriert der Check sich auf neun simple Fragen bzw. Tipps:

1. Wer ist die Quelle der Nachricht? Jede Nachricht hat einen Ursprung. In der Nachrichten-Sprache finden Sie diese Quelle häufig in Formulierungen wie „[...] sagte ein Sprecher der Bezirksregierung“ oder „[...] das teilte das Rathaus am Mittag mit“. Wenn Nachrichten entweder keine Quelle angeben oder sich auf „eine Arbeitskollegin meines Bruders, die einen kennt ...“ be rufen, dann sind es keine Nachrichten. Das sind unbelegte Behauptungen. Das deutsche Wort dafür heißt „Gerücht“.

---

<sup>1</sup> Siehe <https://t.co/VV1WBVQm6Q>.

2. Ist die Quelle überprüfbar? Wenn für eine Behauptung eine Quelle angegeben ist, so ist es die einfachste Prüfung, die Behauptung + Quelle in eine Suchmaschine einzugeben. Führt diese Suche nicht zu einem bestätigenden Ergebnis, spricht das gegen die Glaubwürdigkeit der angeblichen Nachricht. Enthält eine angebliche Nachricht keine Links, keine überprüfbarer Zitate oder sonstige Referenzen, ist sie wahrscheinlich falsch.
3. Wer verbreitet die Nachricht? Trauen Sie grundsätzlich nur Nachrichten, die von seriösen Urhebern und dem Deutschen Pressecode verpflichteten Redaktionen verbreitet werden (<https://www.presserat.de/pressekodex.html>). Dazu gehören die Pressestellen von Ämtern und Behörden, öffentlich-rechtliche Sender, Lokalradios oder regionale Tageszeitungen. Verbreitet jemand anderes (Internetseite, Blog, Einzelperson etc.) die angebliche Nachricht, sehen Sie sich an, was dort sonst so veröffentlicht wird. Welchen Eindruck erwecken Überschriften sonstiger Beiträge? Ist das Umfeld seriös? Wer steckt hinter dem Angebot? Tipp: Geben Sie den Namen des Anbieters + „fake“ in eine Suchmaschine ein.
4. Berichten seriöse Medien ebenfalls über diese Nachricht? Professionelle Hersteller von Desinformation haben „Informationen“ meist aus einem einzigen Grund „exklusiv“: sie sind frei erfunden. Berichten seriöse Medien nicht oder völlig anders über ein Thema, ist die Wahrscheinlichkeit hoch, dass Sie belogen werden. Die EU warnt aktuell vor russischen Desinformations-Kampagnen, die in Deutschland vor allem von rechten Hetz-Seiten und -Parteien verbreitet werden. Die East StratCom Task Force im Europäischen Auswärtigen Dienst hat zu diesem Thema eine eigene Internetseite eingerichtet: <https://euvsdisinfo.eu/de/>
5. Was zeigt das Foto wirklich? Die Verbreiter von Falschnachrichten und Desinformation arbeiten bevorzugt mit Fotos, die entweder manipuliert sind oder etwas ganz anderes zeigen, als der Text behauptet. Die einfachste Überprüfung ist die Foto-Rückwärtssuche, wie sie zum Beispiel die Suchmaschine Google oder der Dienst <https://tineye.com/> anbieten. So können Sie sehen, ob das Foto alt ist oder aus einem ganz anderen Zusammenhang stammt.
6. Sehen Sie genau hin. Und noch einmal. Gerade in den sozialen Medien werden häufig Empörungs-Nachrichten verbreitet, die sich gar nicht auf ein aktuelles Geschehen beziehen, sondern teils Jahre alt sind. Achten Sie auf das Datum der Erstveröffentlichung. Wenn Sie die Überschrift in eine Suchmaschine eingeben, können Sie herausfinden, ob die Nachricht möglicherweise längst als falsch korrigiert worden ist. Eine gute Möglichkeit zur

Überprüfung sind Seiten, die sich mit Fakten-Checking beschäftigen wie <https://www.mimikama.at> oder <https://correctiv.org/faktencheck/>

7. Kennen Sie „die Mama von Poldi“ oder „die Frau vom Sascha“ persönlich? Nicht? „Die Mama von Poldi“ stiftete Mitte März Verwirrung um das Coronavirus und das Schmerzmittel Ibuprofen, „die Frau vom Sascha“ behauptete ungefähr zur gleichen Zeit „aus der Regierung“ ganz genau zu wissen, welche Verbote die nordrhein-westfälische Landesregierung bald erlassen werde (nichts davon war wahr). Sprach- und Text-Nachrichten bei WhatsApp und anderen Messenger-Diensten, die auf dem angeblichen Hörensagen von Personen beruhen, die Sie nicht persönlich kennen (und daher nicht fragen können: „Woher weißt Du das?“), sollten Sie ignorieren und löschen.
8. Rechnen Sie mit krimineller Energie. Neben Nachrichtenfälschern versuchen auch gewöhnliche Kriminelle aus der Corona-Pandemie Kapital zu schlagen. Sie verkaufen gefälschte „Schutzausrüstungen“ ohne Zulassung, klingeln in Schutzzügen an der Haustür und bieten schnellere Soforthilfe gegen Provision an – alles Betrug. Die Betrüger setzen auf Notlagen und Überrumpelung. Fallen Sie nicht darauf herein. Behördenmitarbeiter klingeln nicht in Schutzzügen an Ihrer Tür und nehmen selbstverständlich auch keine Provision für kostenlose Antragsverfahren. Bevor Sie auf solche „unschlagbaren“ Angebote eingehen: Fragen Sie bei den zuständigen Behörden nach!
9. Stoppen Sie die Falschnachrichten-Pandemie. Wenn Sie nicht wirklich von der überprüfbaren Richtigkeit einer Nachricht überzeugt sind, dann teilen Sie sie nicht. Für den Umgang mit Falschnachrichten gilt das gleiche wie für das Coronavirus: Stoppen Sie die Weiterverbreitung! Machen Sie sich nicht zum Überträger einer Falschnachrichten-Pandemie. Und lassen Sie sich vor allem nicht selbst davon infizieren.

Bei Twitter erreichte der Hinweis auf diesen Falschnachrichten-Check innerhalb weniger Tage mehr als 38.000 Impressions, also ein Vielfaches unserer Followerzahl, und löste mehr als 1800 Interaktionen aus. Er wurde dutzendfach geteilt, auch von zwei Landesministerien. Eine Reaktion nordrhein-westfälischer Medienpolitiker ist nicht bekannt.

# Literaturverzeichnis

AKV.TV. „AKV.TV: 2. AKV Rittertalk mit Ritter Friedrich Merz“. *YouTube*, 27. Januar 2020. <https://www.youtube.com/watch?v=DR7yTERXi8Q> (4. Juni 2020).

Deutscher Journalisten-Verband e. V. „DJV gegen staatliche Zensurbehörde“. *PresseBox*, 23. Dezember 2016. <https://www.pressebox.de/inaktiv/deutscher-journalisten-verband-ev-gewerkschaft-der-journalistinnen-und-journalisten/DJV-gegen-staatliche-Zensurbehoeerde/boxid/831231> (4. Juni 2020).

Emerson, John B. „Russische Desinformation entlarven“. [Rede des US-Botschafters im Rahmen der Konferenz „Russische Desinformation im 21. Jahrhundert“ bei der Heinrich-Böll-Stiftung in Berlin] *Webseite der deutschen US-Botschaft*, 25. Juni 2015. <https://de.usembassy.gov/de/russische-desinformation-entlarven/> (4. Juni 2020).

Europäischer Auswärtiger Dienst. „EAD-Sonderbericht, Update: Kurzbewertung Der Narrative und Desinformation zur COVID-19-Pandemie (Aktualisierung: 2.–22. April)“. *EUvsDisinfo*, 29. April 2020. <https://euvsdisinfo.eu/de/ead-sonderbericht-update-kurzbewertung-der-narrative-und-desinformation-zur-covid-19-pandemie-aktualisierung-2-22-april/> (4. Juni 2020).

Landesregierung Nordrhein-Westfalen. „Pressegesetz für das Land Nordrhein-Westfalen (Landesgesetz NRW)“. *Geltende Gesetze und Verordnungen (SGV. NRW.)*, 30. Mai 2020. [https://recht.nrw.de/lmi/owa/br\\_text\\_anzeigen?v\\_id=10000000000000000330](https://recht.nrw.de/lmi/owa/br_text_anzeigen?v_id=10000000000000000330) (4. Juni 2020).

Landtag Nordrhein-Westfalen. *Situation des Zeitungsmarktes in Nordrhein-Westfalen 2019 und seine digitale Entwicklung*. Drucksache 17/8469, Neudruck 16. Januar 2020. <https://www.landtag.nrw.de/portal/WWW/dokumentenarchiv/Dokument/MMD17-8469.pdf> (4. Juni 2020).

Leclercq, Christophe. „Fake News mit Qualitätsjournalismus bekämpfen – und Zensur vermeiden“. *EURACTIV*, 29. März 2018. <https://www.euractiv.de/section/digitale-agenda/opinion/fake-news-mit-qualitaetsjournalismus-bekaempfen-und-zensur-vermeiden/> (4. Juni 2020).

Morasch, Viktoria. „„Die meisten Leute sind naiv“: Die ukrainische Website Stopfake.org entlarvt Propaganda. Chefredakteurin Tetiana Matychak über die schwierige Suche nach der Wahrheit“. *taz*, 27. Juli 2015. <https://taz.de/Journalistin-ueber-gefaelschte-Nachrichten/15215634/> (4. Juni 2020).

Münchener Sicherheitskonferenz. *Munich Security Report 2015*. [https://securityconference.org/assets/02\\_Dokumente/01\\_Publikationen/MunichSecurityReport\\_2015.pdf](https://securityconference.org/assets/02_Dokumente/01_Publikationen/MunichSecurityReport_2015.pdf) (9. Juni 2020).

News Literacy Project. *Strategic Framework*, Oktober 2019. <https://www.paperturn-view.com/us/news-literacy-project/final-strategic-framework-fy20-web?pid=NTk59804&v=5> (9. Juni 2020).

Westfälische Wilhelms-Universität Münster. „Corona-Pandemie: Verschwörungstheorien statt Falschmeldungen“. *Webseite der WWU Münster*, 7. April 2020. <https://www.uni-muenster.de/news/view.php?cmdid=10928> (4. Juni 2020).

Wineburg, Sam, und Sarah McGrew. „Why Students Can't Google Their Way to the Truth: Fact-checkers and students approach websites differently“. *Education Week*, 1. November 2016. <https://www.edweek.org/ew/articles/2016/11/02/why-students-cant-google-their-way-to.html> (15. Juni 2020).

