KULTUR NEU ENTDECKEN

SWR KULTUR

Das Wissen

Fakt oder Fake – Wie wir Desinformation erkennen können

Von Anna Knake

Sendung vom: Dienstag, 5. Mai 2026, 8.30 Uhr
Erst-Sendung vom: Mittwoch, 15. Oktober 2025, 08.30 Uhr
Redaktion: Dirk Asendorpf
Regie: Andrea Leclerque
Produktion: SWR 2025

Desinformation begegnet uns fast täglich, oft steckt eine politische Agenda dahinter. Faktencheck-Redaktionen verbreiten Richtigstellungen, und auch wir selbst können manche Fake News entlarven.

Das Wissen können Sie auch im **Webradio** unter swrkultur.de und auf Mobilgeräten in der **SWR Kultur App** hören – oder als **Podcast** nachhören:
https://www.swr.de/swrkultur/programm/podcast-swr-das-wissen-102.html

---

Bitte beachten Sie:
Das Manuskript ist ausschließlich zum persönlichen, privaten Gebrauch bestimmt. Jede weitere Vervielfältigung und Verbreitung bedarf der ausdrücklichen Genehmigung des Urhebers bzw. des SWR.

Die SWR Kultur App für Android und iOS

Hören Sie das Programm von SWR Kultur, wann und wo Sie wollen. Jederzeit live oder zeitversetzt, online oder offline. Alle Sendung stehen mindestens sieben Tage lang zum Nachhören bereit. Nutzen Sie die neuen Funktionen der SWR Kultur App: abonnieren, offline hören, stöbern, meistgehört, Themenbereiche, Empfehlungen, Entdeckungen …
Kostenlos herunterladen: https://www.swr.de/swrkultur/swrkultur-radioapp-100.html

MANUSKRIPT

Sprecherin:
Merz, Macron und Starmer koksen im Zug, und in Springfield essen Migranten Haustiere. Desinformation begegnet uns fast täglich, oft steckt eine politische Agenda dahinter. Mal ist die Falschnachricht schnell zu erkennen, mal auch nicht.

O-Ton Intro 1 Pia Lamberty, Psychologin:
Je emotionaler sie ist, je mehr sie unsere Emotionen auch anspricht, desto weniger setzt man sich mit dem Faktenchecken auseinander, sondern lässt sich davon auch mitreißen.

Sprecherin:
Die Psychologin Pia Lamberty. Manche Desinformation versickert schnell wieder, manch andere schafft es in die großen Schlagzeilen.

O-Ton Intro 2 Pia Lamberty:
Desinformation ist dann besonders gefährlich, wenn sie die Desinformationsblase quasi verlässt und in der Gesellschaft rumwabert.

Sprecherin:
Diese Gefahr ist den Deutschen durchaus bewusst. Eine Studie der Bertelsmann Stiftung aus dem Jahr 2024 zeigt: rund 80 Prozent der Befragten sehen Desinformation als Gefahr für die Demokratie. (1)

Ansage:
„Fakt oder Fake – Wie wir Desinformation erkennen können“. Von Anna Knake.

Atmo 01: Beginn Redaktionskonferenz Correctiv / Hallo, hallo. Krasser Vorführeffekt gerade, die Technikredaktion. Aber jetzt sollte eigentlich alles über die Eule laufen.

Sprecherin:
Dienstagmorgen, 10 Uhr in Berlin-Neukölln. Im Publix, dem Haus für Journalismus und Öffentlichkeit, startet das Faktencheck-Team von Correctiv in den Arbeitstag. Breit bekannt wurde Correctiv 2024 mit der Recherche „Geheimplan gegen Deutschland”. Es ging um angebliche Pläne eines rechtsextremen Netzwerks, Menschen mit Migrationsgeschichte aus Deutschland zu vertreiben, Stichwort Remigration. Rund 3,5 Millionen Menschen waren nach dieser Enthüllung im ganzen Land auf die Straße gegangen.

Atmo 02: Redaktionskonferenz Correctiv / Ja, guten Morgen alle zusammen. Schön, dass ihr alle hier seid. Wir starten unsere Morgenkonferenz und sprechen jetzt erstmal die Themen durch, die seit gestern bei uns aufgeschlagen sind und gucken mal, was davon sich für ein Faktencheck eignen würde.

Sprecherin:
Die Redaktion gibt es seit etwa zehn Jahren. Damals waren es fünf Journalistinnen und Journalisten, heute sind es 20. Die meisten von ihnen sind online zugeschaltet,

die anderen sitzen zusammen in einem modernen Besprechungsraum vor ihren Laptops. Zuerst schaut die Redaktion in ihr sogenanntes Faktenforum im Internet. Hier kann jede und jeder die Redaktion auf potenzielle Themen aufmerksam machen.

Atmo 03: Redaktionskonferenz / Da hat der Max gestern ein Video gefunden. Das wird von Visegrad24 geteilt, die kennen wir schon. Die haben wir schon öfter überprüft und das ist so eine Aufnahme, da sieht man wie in so einem Waldstück ein Polizeiauto einfährt, so ein Wendemanöver macht und wieder wegfährt. Und dazu wird behauptet, das zeige, wie deutsche Polizeibeamte Geflüchtete nach Polen bringen würden.

Sprecherin:
Das Video kursiert auf Social-Media-Plattformen wie TikTok und YouTube. Es befeuert das Gerücht, Deutschland bringe illegale Migranten nach Polen. Vor allem im Juli 2025 mobilisieren rechte Aktivisten in Polen damit. (2)

Atmo 04: Redaktionskonferenz / Max und ich haben jetzt schon einiges an Vorrecherche gemacht. Max hat rausgefunden, dass das wohl die Polizei in Mecklenburg-Vorpommern sein dürfte, die man da sieht. Die prüfen das auch gerade, da gibt es schon eine Pressemeldung dazu. Und es gibt eine Politikerin in Polen, mit der ich gerade in Kontakt bin. Die, so versteh ich das richtig, wohl sagt, sie habe dieses Video aufgenommen. So oder so ist erstmal klar: Das belegt jetzt erstmal nicht, dass da tatsächlich Geflüchtete über die Grenze gebracht wurden.

Sprecherin:
Die Aufgabe der Redaktion ist es nun herauszufinden, was dran ist an der Behauptung.

Atmo 05: Redaktionskonferenz

Sprecherin:
Und das ist nicht immer einfach. KI-generierte Inhalte können mittlerweile täuschend echt aussehen, die Sprache der Desinformation kann uns dazu verleiten weniger zu hinterfragen – vor allem in Ausnahmesituationen. Dann geraten auch Faktencheck-Redaktionen an ihre Grenzen und Vorbeugung wird besonders wichtig. Dazu später mehr.

Atmo 06: Diskussion Video Polen / Ich frag mich, können wir belegen, dass dieses Video wirklich von dem Handy dieser Politikerin kommt? Also können wir uns von ihr das Video schicken lassen und uns dann die Daten anschauen?

Sprecherin:
Das Correctiv-Team diskutiert verschiedene Möglichkeiten, zum Beispiel die Metadaten des Videos auszulesen und sich mit den zuständigen Behörden in Verbindung zu setzten. Außerdem beschließt die Redaktion, sich für die Recherche auch mit der polnischen Faktencheckredaktion Demagog abzustimmen. Beide gehören zum International Fact-Checking Network, IFCN. Die Mitglieder müssen

bestimmte Standards wie Transparenz und Unvoreingenommenheit erfüllen; und das wird auch regelmäßig geprüft. Aktuell gehören knapp 160 Faktencheck-Redaktionen zum IFCN, darunter auch drei weitere aus Deutschland: der Faktenfuchs von BR24, ein öffentlich-rechtliches Angebot, das Team der Deutschen Welle und die Redaktion der Deutschen Presse Agentur dpa.

O-Ton 01 Sophie Timmermann, Chefredakteurin Correctiv International:
Desinformation macht an den Grenzen nicht halt und deshalb ist es unglaublich wichtig, dass wir im Austausch bleiben mit Kolleginnen und Kollegen in Deutschland, in Europa und eben auch der ganzen Welt, weil wir total viel voneinander lernen können.

Sprecherin:
Erklärt Sophie Timmermann. Sie ist seit 2021 bei Correctiv und leitet das Faktencheck-Team.

O-Ton 02 Sophie Timmermann:
Wenn wir uns zum Beispiel die russischen Desinformationskampagnen angucken, da merken wir, dass halt verschiedene Fakes vielleicht in Polen auftauchen und dann bei uns vielleicht ein bisschen abgewandelt, aber wir voneinander dann zehren können und gemeinsam recherchieren.

Sprecherin:
Allen Teams geht es darum, Fake News aufzudecken und Falsch- beziehungsweise Desinformation richtigzustellen. Die beiden unterscheiden sich in einem wichtigen Punkt:

O-Ton 03 Sophie Timmermann:
Ganz einfach runtergebrochen: Falschinformationen sind einfach Informationen, die falsch sind oder irreführend, aber ohne Malintent, also ohne falsche Absicht verbreitet werden. Das kann mal ganz schnell passieren, wenn der Bekannte, die Patentante bei WhatsApp was weiterleitet und das einfach nicht stimmt und das auch nicht wusste. Desinformation, das sind Falschinformationen, die wirklich mit Absicht verbreitet werden, dass man weiß, dass diese Informationen falsch sind. Also dahinter steckt eine Absicht irrezuleiten und irrezuführen.

Sprecherin:
Die Faktenchecks veröffentlicht Correctiv auf seiner Homepage und den eigenen Social Media-Kanälen. Auf Instagram folgen ihnen rund 220.000 Menschen und auf TikTok kommen sie auf fast 140.000 Likes.

Atmo 07: Einspieler TikTok

Sprecherin:
Auch die Faktenchecker der dpa posten einige Recherchen auf Social Media, jedoch mit deutlich geringerer Reichweite. Einen anderen Teil der Faktenchecks stellt die Presseagentur ihren zahlenden Medienkunden exklusiv zur Verfügung. Sowohl

Correctiv als auch die dpa arbeiten zudem im Auftrag großer Techkonzerne wie Meta, TikTok oder Google. Wie viel Geld sie dafür erhalten, legen sie nicht offen.

Atmo 07: TikTok-Einspieler

Sprecherin:
Bestimmte Themenkomplexe sind besonders anfällig für Desinformation: Klima, Gesundheit, Kriege und Migration. Also Themen, die starke Emotionen hervorrufen, erklärt Pia Lamberty. Die Psychologin erforscht die gesellschaftlichen Folgen von Desinformation.

O-Ton 04 Pia Lamberty:
Das sieht man eigentlich immer nach Naturkatastrophen oder Unglücken oder sowas. Dass Falschinformationen teilweise wirklich rasend schnell sich verbreiten, weil die Menschen ja mit was ganz anderem beschäftigt sind als mit innerem Faktenchecken.

Sprecherin:
Als Beispiel nennt Lamberty die Flutkatastrophe im Ahrtal. 2021 starben allein an der Ahr 135 Menschen. (4)

O-Ton 05 Pia Lamberty:
Dann haben Menschen natürlich Angst um ihr Leben und bewerten Informationen nicht so, wie sie es in weniger bedrohlichen Situation machen würden. Und dann können da ganz eigene Dynamiken noch mehr entstehen.

Sprecherin:
Aber nicht nur in Zeiten von Krisen und Katastrophen sind wir anfällig für Desinformation, sondern auch im normalen Alltag. Pia Lamberty spricht dann von kognitiven Verzerrungen. Ein solcher Denkfehler ist der sogenannte Confirmation Bias.

O-Ton 06 Pia Lamberty:
Der beschreibt, dass wir Menschen die Tendenz haben, eher Informationen zu suchen, zu erinnern oder zu glauben, die mit unserer Meinung einhergehen. Das ist sowas wie eine Kurzwahltaste unseres Gehirns, dass wir halt schneller auch auf Informationen zugreifen, dass wir nicht jeden Tag unser Weltbild neu bilden müssen, sondern dass wir sagen, aha, das wissen wir schon. Eigentlich ist das eine unfassbar tolle Leistung unseres Gehirns. Aber wie alles, hat es halt positive und negative Seiten, nämlich auch, dass wir dadurch schneller manchmal auf Dinge hereinfallen, die einfach Quatsch sind.

Sprecherin:
Dem versuchen die Faktencheck-Profis bei Correctiv etwas entgegenzusetzen. Aktuell sei aber so viel Desinformation im Umlauf, dass sie gar nicht alles prüfen und widerlegen könnten. Deswegen gebe es zunächst eine Grundregel: Es werden nur Tatsachenbehauptungen geprüft – keine reinen Meinungsäußerungen. Außerdem hat das Team drei Kriterien für die Relevanz einer Desinformation festgelegt.

O-Ton 07 Sophie Timmermann:
Wie viral ist zum Beispiel die Meldung, wie weit verbreitet auf verschiedenen Plattformen? Welchen potenzialen Schaden kann sie halt auch haben, zum Beispiel wenn es eine Naturkatastrophe gibt, dass man schnell klarstellt, hey, in diesem Ort passiert das zum Beispiel gerade nicht, oder doch, da ist eine Aufnahme, die tatsächlich authentisch ist. Und eben auch die Nachrichtenrelevanz, also wenn gerade Kriege passieren oder Angriffe, dass wir uns das anschauen, auch wenn eine Nachricht vielleicht jetzt gerade noch nicht hunderttausend Mal angeklickt wurde.

Sprecherin:
Halten wir fest: Nachrichtenrelevanz, der potenzielle Schaden und die Reichweite der Desinformation sind für die Faktenchecker wichtige Auswahlkriterien. Gerade in Krisen- und Ausnahmesituationen sind wir besonders anfällig für Desinformation. Das gleiche gilt, wenn sie unser Weltbild kraftvoll bestätigt. Und in der letzten Zeit wird eine neue Gefahr immer wichtiger: KI-generierte Inhalte, die täuschend echt wirken.

O-Ton 08 Sophie Timmermann:
Vor allem Audio-Fakes, also manipulierte Tonaufnahmen zum Beispiel auf dem ersten Blick sind natürlich sehr, sehr schwer zu erkennen.

Sprecherin:
KI-generierte Inhalte seien unter anderem vermehrt während des Zwölftagekrieges 2025 zwischen Israel und Iran aufgetaucht. Ob man diese noch mit dem bloßen Auge erkennen kann, hängt laut ARD-Faktenfindern vom Urheber ab (5). Denn: KI-generierte Inhalte werden als Teil einer hybriden oder digitalen Kriegsführung eingesetzt, so auch im Angriffskrieg Russlands gegen die Ukraine. Wenn staatliche Akteure hinter den KI-Inhalten steckten, ist laut den Expertinnen und Experten davon auszugehen, dass Nutzerinnen und Nutzer sie nicht mehr als Fälschung erkennen können - die Herstellung der Inhalte sei dann zu professionell. KI-Inhalte, die aber von Laien erstellt wurden, ließen sich oft mit einem genauen Blick auf Details erkennen, zum Beispiel Schatten, Spiegelreflexionen, oder Schriftzüge. Theresa Dapp, die Leiterin der Faktencheck-Redaktion bei der dpa hat noch einen weiteren Tipp:

O-Ton 09 Teresa Dapp, dpa:
Der Sonnenuntergang am Meer, den kann die KI inzwischen perfekt und die beliebige Person, die dasitzt und sich den Sonnenuntergang anschaut, auch das kann man inzwischen so herstellen, dass es mit bloßem Auge wirklich nicht zu erkennen ist, ob das ein Foto ist oder ein KI-generiertes Bild. Wenn da aber Angela Merkel und Barack Obama zusammen Eis essen, angeblich im Sonnenuntergang, dann gibt es einige Fragen, die man sich stellen kann.

Sprecherin:
Zum Beispiel, ob sich die Personen in dem Bild so verhalten, wie man es in der Situation erwarten würde. Zücken sie ihr Handy, wenn etwas Aufregendes passiert, oder schauen sie gelangweilt in eine andere Richtung?

O-Ton 10 Teresa Dapp:
Auch bei Videos stellen wir uns die Frage, verhält sich die Person, die das angeblich gefilmt hat, glaubwürdig, also warum hat diese Person genau in diesem Moment draufgehalten? Wenn da irgendwas Spektakuläres passiert, hören wir sie rufen? Wackelt das, weil die Person aufgeregt ist, vielleicht irgendwo hinläuft? Oder ist das total steady, wie mit einer Filmkamera gefilmt? Das kann auch ein Hinweis darauf sein, dass da möglicherweise was nicht stimmt.

Atmo 08: Reel Sonnenbrand Influencerin / Was ist, wenn ich dir sage, trage beim Sonnenbaden keine Sonnenbrille, weil du sonst einen Sonnenbrand bekommst? Diese Studie (…) (6)

Sprecherin:
Saskia Johanna, eine Influencerin auf Instagram. Mehr als die Hälfte der deutschen Online-Bevölkerung geht davon aus, dass bei solchen Posts von Influencern die Gefahr groß ist, auf Fake News zu stoßen (7). Das hat eine repräsentative Befragung für den Digital News Report 2025 ergeben. Und tatsächlich: Die Influencerin in diesem Video hat die Ergebnisse der Sonnenbrillen-Studie falsch ausgelegt. Das Correctiv-Team hat eine Richtigstellung dazu veröffentlicht:

Atmo 09 Reel Sonnenbrand Correctiv / Was ist, wenn ich dir sage, trage beim Sonnenbaden keine Sonnenbrille, weil du sonst einen Sonnenbrand bekommst?' Dann ist das falsch (…)

Sprecherin:
Knapp die Hälfte der Befragten nannte im Digital News Report Aktivisten und ausländische Regierungen als weitere mögliche Quelle von Falschinformationen. Und 40 Prozent trauen das auch deutschen Politikerrinnen und Parteien zu.

O-Ton 11 Teresa Dapp:
Es gibt, wenn wir jetzt über Desinformationen aus dem Klimabereich sprechen oder wenn es um Migration geht, natürlich schon politische Lager, aus denen sowas eher verbreitet wird als aus anderen. Wir sehen aber Falschbehauptungen aus allen politischen Richtungen, das hat niemand exklusiv.

Sprecherin:
Sagt Teresa Dapp, die Leiterin der dpa-Faktencheckredaktion. Und neu sind Desinformationen in der Politik auch nicht. Fake News gab es schon im 13. Jahrhundert vor Christus, als Pharao Ramses II. nach einem Feldzug gegen die Hethiter von seinem Sieg berichtete, obwohl die ägyptische Armee in Wahrheit verloren hatte. In den letzten Jahren habe sich aber eine ganz neue Dynamik entwickelt, und zwar durch Social Media.

O-Ton 12 Teresa Dapp:
Man konnte sich schon immer hinstellen und in Medien Falschbehauptungen verbreiten, aber durch die sozialen Netzwerke kriegen das die Leute ja per Algorithmus gesteuert auf ihr Handy und vielleicht auch genau die, die dafür empfänglich sind. Das heißt, da verbreitet sich die Desinformation ganz anders, wird

dort natürlich auch nicht von Journalistinnen und Journalisten eingeordnet, sondern kommt ungefiltert bei den Leuten an.

Sprecherin:
Finden die Faktenchecker von dpa oder Correctiv Fake News auf den Plattformen Instagram, Facebook oder Threats dann wird ihre Richtigstellung direkt unter dem Post angezeigt, allerdings nur in Deutschland. In den USA hat der Mutterkonzern Meta diese Kooperation mit Faktencheck-Redaktionen Anfang 2025 aufgekündigt.

O-Ton 13 Sophie Timmermann:
Wir sehen die Entscheidung vom Meta sehr, sehr kritisch. Das ist auf jeden Fall ein Rückschritt, vor allem, weil diese Kooperation total gut funktioniert hat. Das hat auch Meta immer wieder gesagt.

Sprecherin:
Sagt Sophie Timmermann von Correctiv. Finanziell sei Correctiv nicht abhängig vom Kooperationsvertrag mit Meta. Auch bei der Themenauswahl der Faktenchecks spiele er keine Rolle. Eine potenzielle Kündigung des Vertrags in Deutschland bereite ihr trotzdem Sorgen. Denn dann könnten die Faktenchecks deutlich an Reichweite verlieren würden.

O-Ton 14 Sophie Timmermann:
Wir haben diese Kooperation immer als sehr positiv bewertet, weil eben der Impact, dass man einen Beitrag auf Facebook direkt mit einem Faktencheck labeln kann und der Person eben die Möglichkeit gibt, sich zu informieren, ohne dass dieser Beitrag gelöscht wird. Also dieses Informationsangebot, dass das eines der wenigen Kooperationen waren mit Tech-Plattformen, wo es eben dieses Labeling gab.

Atmo 10: Correctiv Redaktionskonferenz / Das ist n super, super virales TikTok.

Sprecherin:
Um Social Media-Plattformen und ihre Algorithmen geht es auch beim zweiten Thema, das in der Morgenkonferenz des Correctiv-Teams aufschlägt. Auf TikTok hat eine der Faktencheckerinnen ein alarmierendes Video der Userin Tammy Tyler in ihren Feed gespült bekommen.

Atmo 08: Fortsetzung / …Das Video hat fast fünf Millionen Views und da erzählt eine junge Frau in die Kamera, dass bei diesem Lager, das in den USA jetzt gebaut werden soll, wo Geflüchtete untergebracht werden sollten, Alligator Alcatraz wird das genannt, dass da Verbrennungsöfen eingebaut würden. Also das ist natürlich ein sehr krasser Claim.

Sprecherin:
Und der poppt nicht nur bei Millionen Menschen auf dem Handy auf, er ruft auch Reaktionen hervor. Mehr als 6.000 Kommentare finden sich unter dem Video und mehr als 60.000 Menschen haben es weitergeleitet. Das Video verweist auf eine andere TikTokerin als Quelle. Doch wenige Tage später ein weiteres Video von

Tammy Tyler: Sie habe sich geirrt, die Behauptung über die Verbrennungsöfen sei falsch.

Atmo 11: Correctiv Konferenz Virales TikTok Part 2 / Die Sache ist die: der falsche Claim hat fünf Millionen Views, die Richtigstellung 9.000 also das zeigt einfach sehr gut, wie eine Richtigstellung kaum Leute erreicht.

Sprecherin:
Und es ist Beleg für ein ungeschriebenes Gesetz der Social Media-Algorithmen: Je emotionaler der Beitrag, desto höher die Chance auf eine hohe Reichweite. Darum geht es auch in der Das Wissen Folge „TikTok als Politischer Raum“, die wir in den Shownotes verlinken. Der Algorithmus macht die Plattformen damit zum optimalen Medium für Desinformationen. Sie verbreiten nicht nur kleine Gerüchte, sondern werden auch zum Werkzeug gezielter Kampagnen.

Atmo 12: Tagesschau Brennpunkt / Eine Flut von Posts, Hetze gegen die USA, die Ukraine und die EU. In Deutschland soll die Angst vor einem wirtschaftlichen Kollaps geschürt werden, (...)

Sprecherin:
Vor der Bundestagswahl 2025 tauchen Beweise für eine solche Kampagne auf: Russische Agenten versuchen mit gezielter Desinformation, die Stimmung in Deutschland zu beeinflussen. (8) Die Tagesschau sendet einen Brennpunkt.

Atmo 13: Tagesschau / Ein internes Werbevideo aus einer russischen Desinformationsfabrik zeigt die Strategien der Einflussnahme. Der Mann im Video, Ilyagam Baschidse, Chef der russischen Social Design Agency, SDA. Das Schlachtfeld sind die Köpfe der Bewohner des Planeten Erde, heißt es.

Sprecherin:
Kampagnen wie diese sind der Forschungsschwerpunkt von Miriam Milzner am Weizenbaum-Institut der Freien Universität Berlin. Die Kommunikationswissenschaftlerin beschäftigt sich mit der sogenannten „koordinierten Manipulation”. Also mit medialen Inhalten, die systematisch versuchen, uns zu beeinflussen, ohne dass wir es bemerken. Miriam Milzner beschreibt drei Phasen solcher Kampagnen. Die erste sei die „verdeckte Vorbereitung”.

O-Ton 15 Miriam Milzner, Kommunikationswissenschaftlerin:
Ein Akteur, das kann ein Staat, eine Organisation oder auch eine Einzelperson sein, initiiert die Kampagne mit einem klaren Ziel, etwa Einfluss auf die öffentliche Meinung zu nehmen oder Aufmerksamkeit von einem bestimmten Thema abzulenken.

Sprecherin:
Russland versuche zum Beispiel, Migrations- und AfD-nahe Themen zu verbreiten. Wie groß die Kampagne wird, hängt laut Miriam Milzner dann von den vorhandenen Ressourcen ab: je mehr Geld und Personal zur Verfügung stehen, desto komplexer und professioneller. Auf die verdeckte Vorbereitung folge dann die zweite Phase: die Umsetzung.

O-Ton 16 Miriam Milzner:
Tatsächliche Personen oder Bot-Netzwerke beginnen, Accounts anzulegen, Inhalte zu produzieren und diese strategisch auf Social Media-Plattformen zu verbreiten. Das heißt, sie liken, sie kommentieren, sie teilen.

Sprecherin:
In dieser Phase entstehen die ersten Spuren der Desinformationskampagne. Wie erfolgreich sie ist, hängt nun von der Plattform, ihrem Algorithmus und der Reaktion der Nutzerinnen und Nutzer ab. Die letzte Phase, die tatsächliche Einflussnahme, ist wissenschaftlich schwer zu ergründen. Denn die Forschung hat kaum Zugriff auf relevante Daten der Plattformen. Empirische Ergebnisse zur Wirkung von Desinformationskampagnen liegen laut Miriam Milzner bisher erst in einem einzigen Fall vor, der Präsidentschaftswahl 2016 in den USA.

O-Ton 17 Miriam Milzner:
Diese Kampagne war ja damals durch Russland in den USA durchgeführt worden, um Donald Trump zu unterstützen und gesellschaftliche Spaltung in den USA zu vertiefen. Was jetzt aber Forschende herausgefunden haben, ist, dass während die Kampagne durchgeführt wurde, tatsächlich 70 Prozent aller Interaktion mit den Inhalten dieser Fake Accounts auf gerade einmal ein Prozent der Nutzer*innen entfallen ist.

Sprecherin:
Russlands Desinformationskampagne hat also nur sehr wenige Menschen erreicht.

O-Ton 18 Miriam Milzner:
Diese Gruppe von dem einen Prozent war dann auch noch überwiegend Republikaner*innen, sprich Menschen, die der verbreiteten Botschaft ohnehin schon zustimmten.

Sprecherin:
Außerdem sei die Kampagne von klassischen Medien und offiziellen Wahlkampagnen überschattet worden – am Ende sei die Reichweite verschwindend gering gewesen. Wurde das Ziel also verfehlt?

O-Ton 19 Miriam Milzner:
Das ist jetzt natürlich kein gutes Beispiel für eine erfolgreiche Kampagne. Was ich damit eher sagen will, ist, dass die Kampagne wohl da erfolgreich war, wo der Diskurs über die Kampagne eben sehr groß war. Russland hat da das Ziel erreicht, dass es Vertrauen in Medien, Vertrauen in Informationsräume minimiert hat.

Sprecherin:
Es sind also nicht nur die Desinformationen selbst, die uns beeinflussen können. Auch wenn seriöse Medien darüber berichten und eine Debatte entsteht, kann das unsere Gesellschaft verunsichern und damit demokratische Prozesse gefährden.

Atmo 14: Correctiv Redaktionskonferenz / Ich hatte in der einen Recherche gefunden, dass das Video auch schon im August 2023 geteilt wurde mit Bezug auf München.

Sprecherin:
Zurück nach Berlin, zur Themen-Konferenz des Faktencheck-Teams von Correctiv. Es geht um ein weiteres virales TikTok-Video, dieses Mal mit rund 1,4 Millionen Aufrufen. Es soll einen Tornado in Berlin im Sommer 2025 zeigen. Hier muss die Runde nicht viel diskutieren. Eine kurze Bildrecherche zeigt: Das Video wurde schon einmal vor zwei Jahren gepostet, mit einer Verortung in München. Eine Suchmaschine bestätigt schnell: Damals gab es tatsächlich solch einen Sturm in München. Das Video wurde also aus seinem ursprünglichen Kontext gerissen und in einem falschen erneut geteilt.

Atmo 15: Correctiv Konferenz / Ich glaube, das Thema könnte ein guter Anlass sein, relativ easy aufzuschreiben: Hey guckt mal wie einfach mit wenigen Klicks sich mit alten Aufnahmen Reichweite generieren lässt und auf der anderen Seite aber auch, wie relativ einfach lässt sich das de-bunken, also hier auch so ein bisschen auf das Thema Medienkompetenz zu gehen. Was sagt ihr dazu?

Sprecherin:
De-Bunking – so nennen Fachleute das Richtigstellen einer falschen Information. Aber dafür muss diese erst einmal in der Welt sein. De-Bunking können die Facktenchecker also nur im Nachhinein leisten.

O-Ton 20 Sophie Timmermann:
Faktencheck beginnt da, wenn eine Falschinformation schon draußen ist. Das heißt, es ist eigentlich schon zu spät, weil der Schaden in vielen Fällen schon passiert ist. Das heißt, perspektivisch, und daran arbeiten wir auch bei Correctiv, ist das De-Bunking, also das Richtigstellen einer Falschmeldung nicht ausreichend, sondern muss im Einklang sein zu Medienkompetenzangeboten.

Sprecherin:
Das ist nochmal Sophie Timmermann, die Chefin des Faktencheck-Teams bei Correctiv.

O-Ton 21 Sophie Timmermann:
Im besten Falle gibt es uns irgendwann gar nicht mehr, weil Menschen so gewappnet sind und die Werkzeuge an der Hand haben, dass sie alle Falschmeldungen allein erkennen können.

Sprecherin:
Um das zu erreichen, muss es neben dem De-Bunking auch das sogenannte Pre-Bunking geben. Diese Methode versucht den Menschen zu vermitteln, woran sie erkennen können, dass eine Information falsch sein könnte. Dazu forscht Stephan Lewandowsky, Kognitionspsychologe an der Universität von Bristol.

O-Ton 22 Stephan Lewandowsky, Kognitionspsychologe:
Da gibt es verschiedene Möglichkeiten das zu machen. Die Möglichkeit, die eine Sache, die meine Kollegen und ich sehr viel mitgearbeitet haben, die läuft darauf hinaus, dass man die Rhetorik erklärt, die Tricks, mit denen die Desinformateure versuchen, die Leute zu verwirren.

Sprecherin:
Es gibt viele solcher Tricks. Einer davon: emotionalisierende Sprache.

O-Ton 23 Stephan Lewandowsky:
Das heißt, man kann den Leuten beibringen, durch ganz kurze Training-Videos: Hört mal zu, wenn also irgendjemand dir was sagt, was komplett emotional überladen ist und furchtbar Empörung hervorruft, dann mach mal langsam und denk mal nach, ob das wirklich richtig ist, oder ob hier jemand versucht, da Spielchen zu drehen.

Atmo 16: Video Südenbock / Here's an example of scapegoating from south park bigger longer and uncut...

Sprecherin:
Zusammen mit Forschenden der University of Cambridge und Google hat Stephan Lewandowsky fünf solcher Trainingsvideos erstellt. Jedes erklärt in rund anderthalb Minuten einen anderen Manipulationsversuch und wie man ihn entlarvt: Scheinargumente, falsche Gegensätze, Widersprüchlichkeit, emotionale Sprache und eindeutige Sündenböcke. Das Design der Videos ist bewusst bunt und humorvoll. In manchen Videos finden sich sogar Ausschnitte aus Cartoon-Serien. (9)

Atmo 16: wieder hoch / So if someone tries to make a complicated problem look simple by placing blame on a single group, they're most likely trying to manipulate you. (10)

O-Ton 24 Stephan Lewandowsky:
Und das funktioniert. Wir haben das in ganz großen Untersuchungen online auf YouTube festgestellt, dass man dadurch also die Leute dazu bringen kann, weitaus mehr zu unterscheiden zwischen Information, die gute oder schlechtere Qualität hat.

Sprecherin:
Erklärt Stephan Lewandowsky. Die Wirkung sei bei den Testpersonen unabhängig von politischer Einstellung, Bildungsniveau oder Persönlichkeitstyp messbar gewesen. (9) Riesig ist sie allerdings nicht.

O-Ton 25 Stephan Lewandowsky:
Die Größe des Effekts sind so einige Prozentpunkte. Das heißt, wenn jemand, sagen wir mal 40 Prozent Wahrscheinlichkeit hat, ne Fehlinformation zu erkennen ohne unsere Videos, dann sind wir so bei 55 Prozent oder von 55 auf 60 oder sowas. Wir bewegen die Leute in die richtige Richtung.

Sprecherin:
Basierend auf den Ergebnissen der Studie schaltet Google nun Pre-Bunking Kampagnen auf Social-Media-Plattformen. Die erste im Jahr 2022 in Polen, Tschechien und der Slowakei. Nach dem Angriff Russlands auf die Ukraine sollen die Videos Desinformation über ukrainische Geflüchtete zuvorzukommen. Rund 38 Millionen Mal wurden die Videos auf YouTube, Facebook, X und TikTok angesehen.

In Finnland werden Pre-Bunking und Medienkompetenz schon weitergedacht. Bereits fünf Jahre in Folge liegt das Land auf Platz eins des European Media Literacy Index. Das Rating des Open Society Instituts aus Bulgarien misst, wie gut die Bevölkerung von 41 Ländern Fake News erkennen und von Fakten unterscheiden kann. Bei der letzten Erhebung 2023 lag Deutschland auf Platz 11. Was Finnland anders macht: es gibt eine nationale Strategie für Medienkompetenz. Der Kampf gegen Desinformation – dort ist er eine Aufgabe für die gesamte Gesellschaft. Dafür plädiert auch die Berliner Psychologin Pia Lamberty.

O-Ton 26 Pia Lamberty:
Ich find es wichtig, dass man Desinformation nicht immer nur aus einer Perspektive betrachtet. Also ganz häufig ist es dann entweder ein technologisches Problem, also dann geht es um die Plattform oder es ist ein Problem der Medienkompetenz, dann geht es aber immer nur um junge Menschen, um Schüler.

Sprecherin:
Lernen mit Desinformation umzugehen, das ist eine wichtige Aufgabe für alle. Die Meldungen der Faktencheck-Teams können uns dabei helfen, einiges können wir aber auch selbst tun: eine Meldung, die starke Emotionen auslöst, die unlogisches Verhalten in Fotos und Videos zeigt oder mit besonders starken Worten daher kommt, sollte uns erst einmal misstrauisch machen.

Abspann:

Das Wissen (über Soundbett)

Sprecherin:
„Fakt oder Fake – Wie wir Desinformation erkennen können“. Autorin und Sprecherin: Anna Knake. Redaktion: Dirk Asendorpf. Regie: Andrea Leclerque. Ein aktualisierter Beitrag aus dem Jahr 2025.

Abbinder

Quellen:

Bernhard, L., Schulz, L., Berger, C., Unzicker, K. (2024) Verunsicherte Öffentlichkeit. Superwahljahr 2024: Sorgen in Deutschland und den USA wegen Desinformationen. Bertelsmann Stiftung. Gütersloh.

https://www.tagesschau.de/faktenfinder/deutschland-polen-grenzkontrollen-100.html

https://www.goa-blog.de/2024/10/ein-interview-mit-justus-von-daniels-ueber-die-recherchen-zum-geheimplan-gegen-deutschland-und-ihre-wirkungen/

https://reportage.wdr.de/chronik-ahrtal-hochwasser-katastrophe

https://www.tagesschau.de/faktenfinder/desinformation-108.html

https://www.instagram.com/p/DI9i_CvIoTw/Saskiajohanna

Behre, Julia; Hölig, Sascha; Stöwing, Ezra; Möller, Judith (2025): Reuters Institute Digital News Report 2025 – Ergebnisse für Deutschland. Hamburg: Verlag Hans-Bredow-Institut, Juni 2025. S. 54.

https://www.tagesschau.de/video/video-1380402.html

https://www.cam.ac.uk/stories/inoculateexperiment

https://www.youtube.com/watch?v=BdlBHh0FOtw