



DOKUMENTATION

IQ-HERBSTFORUM

**MIT QUALITÄT GEGEN
LÜGEN UND HASS IM NETZ**

AM 16. OKTOBER 2017 IN BERLIN

Das neunte Herbstforum der Initiative Qualität wurde ermöglicht mit Unterstützung von

Bundesverband Deutscher Zeitungsverleger (BDZV)

Deutsche JournalistInnen-Union in ver.di (dju)

Deutscher Journalisten-Verband (DJV)

Deutschlandradio

Landesanstalt für Medien NRW

Stiftung Pressehaus NRZ

Redaktion und

Kontakt zur Initiative Qualität (IQ)

Ulrike Kaiser

IQ-Sprecherin

info@ulrike-kaiser.de

c/o DJV

Bennauerstraße 60

53115 Bonn

Tel.: 0228/2017218

Fax: 0228/2017233

Erika Hobe (Sokr.): hob@djv.de

www.initiative-qualitaet.de

Inhaltsverzeichnis	Seite
<u>Programm</u>	4
Einleitung Werner Lauff, Moderator des IQ-Herbstforums	6
Grußwort Andreas-Peter Weber, Programmdirektor Deutschlandradio	7
Impuls Trau, schau, wem: Vertrauen ist gut ... Prof. Dr. Tanjev Schultz, Universität Mainz	9
Interview Rike Woelk, ARD-Faktenfinder, Hamburg Jutta Kramm, Fact-Checking-Ressort Correct!v, Berlin	18
Podium Fakten schaffen: Initiativen gegen Fakes	25
Impuls Ellen Wesemüller, Neue deutsche Medienmacher, Berlin	28
Podium Agieren und reagieren: Redaktionelle Antworten auf Hassbotschaften	36
Schlusswort Ulrike Kaiser, Initiative Qualität im Journalismus	39
 <u>Arbeitsmaterialien</u>	
Ausgewählte Beiträge und Initiativen	42
Ausgewählte Auszüge aus IQ-Rundmails zum Thema	44
 <u>Medienecho</u>	
IQ-Presseinformation	54
Medienbeiträge	57
#iqf17/#iq17: Tweets (Auswahl)	74
 <u>Referentinnen und Referenten</u>	
	82
 <u>Teilnehmer/innen</u>	
	86



16. Oktober 2017 im Deutschlandradio Funkhaus Berlin

Mit Qualität gegen Lügen und Hass im Netz

Propaganda, gezielte Falschmeldungen, persönliche Diskreditierung und Hassbotschaften sind nichts Neues. Und schon immer versuchten ihre Urheber, Medien für solche Manipulationen zu instrumentalisieren. Heute machen es ihnen Digitalisierung und soziale Netzwerke leicht, Lügen und Hass an ein Millionenpublikum zu transportieren. Das hat Folgen. Für die Kommunikation in der Gesellschaft. Für das Vertrauen in demokratische Prozesse. Für die Glaubwürdigkeit der Medien. Professionelle Journalistinnen und Journalisten sind der Wahrheit, der Transparenz und der Fairness gegenüber ihrem Publikum verpflichtet. Wie gelingt es ihnen, wirksam gegen Lügen und Hass auf digitalen Plattformen vorzugehen und sich selbst den Manipulationen zu entziehen?

Programm

ab 10.00 Uhr **Tagungsbüro**

11.00 Uhr **Eröffnung mit Grußwort**
Andreas-Peter **Weber**, Programmdirektor Deutschlandradio

11.15 Uhr **Trau, schau, wem:
Vertrauen ist gut ...**

Impulsreferat
Prof. Dr. Tanjev **Schultz**, Universität Mainz

11.45 Uhr **Fakten schaffen:
Initiativen gegen Fakes**

Interviews mit
Rike **Woelk**, ARD-Faktenfinder, Hamburg
Jutta **Kramm**, Fact-Checking Ressort Correct!v, Berlin

anschließend Diskussion mit
Stefan **Niggemeier**, Übermedien, Berlin
Prof. Dr. Stephan **Ruß-Mohl**, European Journalism Observatory EJO, Lugano
Mario **Sixtus**, ZDF-Autor, Berlin

13.30 Uhr Imbiss

14.15 Uhr **Agieren und reagieren:
Redaktionelle Antworten auf Hassbotschaften**

Impuls von
Ellen **Wesemüller**, Neue deutsche Medienmacher, Berlin

anschließend Diskussion mit
Dr. Wiebke **Loosen**, Hans-Bredow-Institut, Hamburg
Heinrich Maria **Löbbers**, Sächsische Zeitung, Dresden
Alexander **Völkel**, Nordstadtblogger, Dortmund
Prof. Dr. Andreas **Vogel**, Autor #wortgewalt(ig), Köln

16.00 Uhr **Schlusswort und Ausblick**

Ulrike **Kaiser**, IQ-Sprecherin

Tagesmoderation

Werner **Lauff**, Publizist, Landsberg am Lech

Tagungsadresse: Deutschlandradio, Hans-Rosenthal-Platz, 10825 Berlin
Telefon: 030 8503-6161, Fax: 030 8503-6168

Einleitung

Werner Lauff Moderator des IQ-Herbstforums

Meine Damen und Herren, ja, sie machen uns Sorgen, die falschen Behauptungen und hasserfüllten Meinungsäußerungen, die in Internetdiensten absichtlich verbreitet und in Medien manchmal unbedacht weiterverbreitet werden.

Drei Fragen stellen sich.

Erstens: Wie berechtigt sind diese Sorgen? Wie häufig kommen falsche Behauptungen und hasserfüllte Meinungsäußerungen vor, was bewirken sie?

Zweitens: Mit welchen Mitteln sollten Plattformen dagegen vorgehen, welche redaktionellen Möglichkeiten gibt es, falsche Behauptungen zu korrigieren und hasserfüllte Meinungsäußerungen zu beantworten, und wie steht es um die Wirksamkeit dieser Aktivität?

Drittens: Welche Pflichten und Optionen haben die etablierten Medien dabei, auch präventiv gesehen? Sind sie dazu überhaupt glaubwürdig genug? Haben sie angesichts des beschleunigten Wettbewerbs, abnehmender Personalstärke und der Philosophie der Nützlichkeit des Nutzerkommentars die Möglichkeit dazu? Wenn ja – wie geht das am besten?

Das ist ziemlich viel Stoff für das neunte Herbstforum der Initiative Qualität, zu dem ich Sie herzlich begrüße. Ich darf Sie durch diesen Tag führen, an dem wir erneut Gäste des Deutschlandradios sind.

Bitte begrüßen Sie zunächst in Vertretung von Intendant Stefan Raue Ihren Gastgeber: den Programmdirektor des Deutschlandradios, Andreas-Peter Weber.

Grußwort

Andreas-Peter Weber
Programmdirektor Deutschlandradio

Herzlich willkommen im Deutschlandradio!

„Mit Qualität gegen Lügen und Hass im Netz“ lautet das Motto der diesjährigen IQ-Veranstaltung hier im Berliner Funkhaus.

Lügen und Hass gehören zur Menschheitsgeschichte wie Propaganda und gezielte Falschmeldungen. Was sich verändert hat, sind Form und Art ihrer Verbreitung.

Sogenannte „Quellen“ im Netz befeuern Verschwörungstheorien. Nicht nur, aber auch soziale Medien befördern ihre Weiterleitung in rasendem Tempo, rund um den Globus. Kommt noch ein diffamierender Ton hinzu, dann haben wir am Ende das, worum es hier und heute geht: „Lügen und Hass im Netz“ bis hin zum digitalen Kampf um Deutungshoheit mit unlauteren Mitteln.

Welche Antworten finden wir Journalisten darauf? Wir werden inzwischen ja oft selbst Ziel von Anfeindungen. So zuletzt am Wochenende im Zuge der Berichterstattung rund um den Auftritt von Herrn Höcke auf der Frankfurter Buchmesse.

Wegducken? Verstummen? Nein – sicherlich nicht! Denn wer die Rolle des ehrlichen und engagierten Journalisten in unserer Gesellschaft betrachtet, der erkennt schnell: ohne Menschen, die das Hinterfragen und das Nachbohren zu ihrem Beruf und ihrer Berufung gemacht haben, ist unsere Demokratie nicht denkbar. Und das sollten wir auch immer wieder laut sagen!

Natürlich müssen auch wir Journalisten uns regelmäßig fragen: Haben wir das Beste gegeben? War der Beitrag wirklich rund? Sind wirklich alle Seiten zu Wort gekommen?

Und dann müssen wir natürlich schauen: Wie gehen wir auf unser Publikum zu – in der digitalen Welt? Inhalte werden hier ganz anders wahrgenommen als zum Beispiel im klassischen Radio.

Weil Sie genau die Punkte auf der Agenda haben, die auch mich und uns hier im Deutschlandradio umtreiben, freue ich mich, dass Sie heute unsere Gäste sind.

Ich bin überzeugt: Guter Journalismus kann nur erfolgreich und anerkannt sein, wenn er dauerhaft besser ist als das, was – ich überspitze jetzt mal – seine „lautstarken Kritiker“ zu bieten haben.

Und da mache ich keinen Unterschied zwischen Presse und Radio. Da gibt es aktuell viel Anlass für Missstimmung. Aber auch hier sollten wir uns genau überlegen: Wem nutzt ein Streit zwischen Print und Hörfunk, zwischen privat und öffentlich-rechtlich, zwischen analog und digital? Was bringt er am Ende?

Auch diese Fragen spielen eine Rolle, wenn es darum geht, mit Qualität gegen Lügen und Hass zu punkten.

Gut Recherchiertes überzeugt – mit einem klaren Absender und einer passenden Ansprechhaltung versehen – auf allen Ausspielwegen. So können wir Journalisten auch der Rolle eines Mittlers und Vermittlers gerecht werden.

Sie entwickeln heute weitere Ansätze? Ich bin gespannt und wünsche Ihnen einen erfolgreichen Tag im Deutschlandradio!

Trau, schau, wem: Vertrauen ist gut ...

Prof. Dr. Tanjev Schultz
Universität Mainz

(Geringfügig überarbeitete Fassung des frei gesprochenen Worts)

Meine Damen und Herren, ich fühle mich immer noch als Journalist. Wenn Sie den Eindruck haben, dass ich gleich abgehoben rede, dann führen Sie das darauf zurück, dass ich meinen Jobwechsel sehr schnell vollzogen habe und jetzt professoral spreche. Wenn es aber für Sie als Wissenschaftlerin oder Wissenschaftler hier im Raum zu oberflächlich ist, dann werten Sie mich doch bitte weiterhin als Journalist ...



(Abb. 1)

Damit sind wir schon gleich bei klassischen Vorurteilen und Fragen. Ich bin neu
lich über diese Karikatur (Abb. 1) gestolpert und fand sie interessant. Ich habe darüber nachgedacht, ob sie uns nicht mehr sagt als das Offensichtliche.

Ich habe mich meiner Zeit als bildungspolitischer Redakteur der „Süddeutschen“ erinnert (später habe ich „Terror“ bearbeitet, was manchmal gar nicht so weit entfernt ist von Bildungsthemen ...). In der Bildungspolitik, in der Pädagogik gibt es

öfter Diskussionen darüber, dass in Schulklassen wie in Kindergärten gerade die Rüpel, die besonders Lauten, die Querulanten besonders viel Aufmerksamkeit auf sich ziehen. Aber was ist mit jenen, die auch Aufmerksamkeit brauchen, die auch Probleme sehen? Die zwar nicht mit allem einverstanden sind, aber nicht gleich herumkrakeelen, nicht zu den infamsten Mitteln greifen?

Ich fand es da schon interessant, dass „wir Medien“ („wir“ sind ja immer die Anderen, eigentlich ...) seit 2012 sehr verunsichert auf die „Lügenpresse“-Debatte reagiert haben. Dass wir zwar zu Recht diesen Diskurs über Vertrauen, über Fake News führen, aber damit auf etwas reagiert haben, das eigentlich zu dem Infamen gehört, von dem man gleich sagen kann: Die haben nicht recht. Im Grunde haben wir doch jahrzehntelang – sei es in der Kommunikations-

und Medienforschung oder seitens kritischer Medienjournalisten – eine Debatte anstoßen wollen über die Qualität in den Medien und über das Problem des Vertrauens und über die Leistung und Nichtleistung im Mediensektor. Wir haben diese Debatte oft begonnen, sind aber auch oft damit gescheitert. Jetzt haben wir eine kompliziertere Debattenlage. Das ist im Prinzip auch ein Versäumnis der Verlage, der Medienunternehmen, die dieses Thema nicht vorher schon offensiv genug und vernünftig bearbeitet haben.

Jetzt haben wir – Herr Weber hat es vorhin genannt – eine kompliziertere Debatte, weil inzwischen alles durcheinander geht: Digital und Print, mit Fernsehen und mit den Verlagen. Der „Spiegel“-Titel vor kurzem („Die unheimliche Macht“ – d. Red.) ist meines Erachtens Ausdruck davon. Und im Übrigen einer – wenn ich mir das erlauben darf, ich soll ja Impulse setzen –, der mich nicht gerade glücklich gemacht hat. Deshalb nicht, weil er sehr vieles vermischt, anstatt sich journalistisch durch Qualität dadurch auszuzeichnen, die Dinge zu ordnen.

Stattdessen wird konstatiert: Da gibt es jede Menge Hasskommentare, jede Menge Böses im Netz, das trifft ganz massiv unter anderem die Öffentlich-Rechtlichen (als ob es den „Spiegel“ nicht träfe). Und daneben gibt es Meinungsumfragen, die – so dargestellt in diesem Titel, als sei das alles nur Fake, als sei das alles nur bestellte Wahrheit –, die behaupten, die Öffentlich-Rechtlichen würden weiterhin in der Mehrheit der Bevölkerung als glaubwürdig wahrgenommen. Das wird dann mit einem Nebensatz weggewischt nach dem Motto „Das ist alles sehr zweifelhaft“.

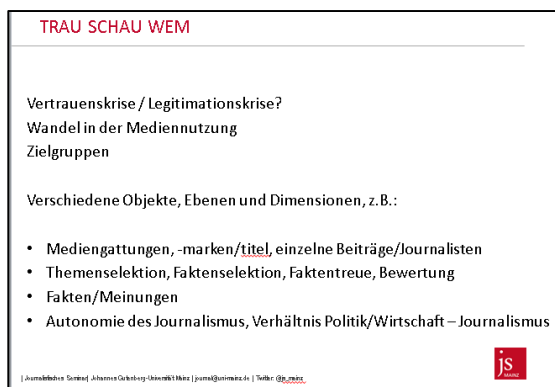


Abb. 2

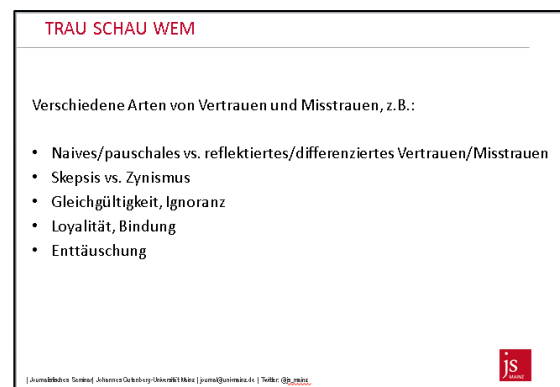


Abb. 3

Diese Umfragen sind schwierig, und ich weiß nicht immer genau, was wir da messen. Aber ich finde es unseriös, Umfrageergebnisse so mit einem Federstrich wegzuwischen, weil diese Hasskommentare und dieser angebliche Legitimationsverlust in der allgemeinen Bevölkerung irgendwie zu spüren sind. Und weil wir ein paar Hasskommentare haben (die teilweise massiv sind, aber von wie vielen Leuten werden sie geschrieben?), und weil wir dieses Gefühl haben, rühren wir so einen riesigen Brei an und behaupten, die Öffentlich-Rechtlichen seien gar nicht mehr akzeptiert in der Bevölkerung. Ich halte das für ziemlich unseriös.

All das verweist darauf, dass es sehr kompliziert wird, wenn man in die Details geht. Worüber reden wir, wenn wir über „Vertrauen“ reden (Abb. 2)? Das ist ein kompliziertes Konstrukt.

Was ist Vertrauen? Wir haben das diffuse Gefühl, Vertrauen ist notwendig in unserer Gesellschaft. Sonst würden wir wahrscheinlich nicht in Flugzeuge steigen, nicht Autofahren, keine Partnerschaften pflegen können. Deswegen hat es auch eine große Berechtigung, dass wir über Medienvertrauen reden. Aber was wir damit meinen, wird nicht genau gesagt. Auch ich gebe jetzt nur ein paar Impulse und möchte verdeutlichen, dass es oft nicht klar ist, über was wir genau reden.

Es gibt da manchmal eine Gleichsetzung: Wenn etwa die Auflage heruntergeht, dann vertrauen die Menschen dem Medium nicht mehr. Das kann tatsächlich ein Indikator sein; es kann aber auch ganz anders sein. Wir haben verschiedene Dimensionen und Objekte, auf die sich Vertrauen in der Forschung, aber auch in der Alltagsredeweise beziehen kann.

Da kann es mal um das allgemeine Mediensystem in unserem Land gehen. Was ein wichtiger Punkt ist – so wie es um die Frage geht, wie viel Vertrauen die Medien in unsere Demokratie haben. Aber oft geht es um einzelne Mediengattungen (siehe Fernsehen versus Print), oder es geht um einzelne Marken oder Titel, um einzelne Beiträge, um einzelne Journalisten. Und auch auf der Ebene der Themen und der einzelnen Inhalte gibt es unterschiedliche Fragen. Wird richtig ausgewählt, wie werden Themen, wie die Fakten selektiert, werden sie präzise oder nicht präzise berichtet, wie steht es mit den Bewertungen? Regen sich die Leute auf, weil sie den berichteten Fakten nicht mehr vertrauen? Oder weil sie die Meinungen nicht teilen, die in den Medien vorkommen? Das sind ganz unterschiedliche Aspekte, die aber oft vermengt werden.

Und das Gleiche gilt für die Frage, ob Vertrauen nicht ganz unterschiedliche Formen annehmen kann (Abb. 3). Es gibt das blinde, naive Vertrauen, es gibt das reflektierte Vertrauen. Misstrauen kann umschlagen in Zynismus; es kann sein, dass Vertrauen auf Gleichgültigkeit beruht. Es gibt Leute, die hatten noch nie Vertrauen. Es gibt andere, die verlieren ihr Vertrauen und sind dann enttäuscht. All das sind – auch für die Medien – große Unterschiede.

Ich kann leider auf all diese Fragen keine umfängliche Antwort geben. Ich wollte Ihnen nur verdeutlichen, dass es zu einfach ist, wenn wir über „das“ Vertrauen in die Medien reden. Und – da hat auch der „Spiegel“ recht: Die Umfrageforschung ist immer kompliziert, und auch sie bedarf der Kritik. Das sieht man an den mitunter widersprüchlichen und scheinbar inkonsistenten Ergebnissen aus verschiedenen Studien.

Hier ein Beispiel aus der Hochphase der Pegida-Diskussion im Oktober 2015 bei Forsa im Auftrag des „stern“ (Abb. 4): die Schlagzeile „44 Prozent der Deutschen teilen den ‚Lügenpresse‘-Vorwurf von Pegida“. Das ist ein Hammer. Die Frage allerdings, die gestellt wurde, um zu dieser Schlagzeile zu kommen, hat das Wort „Lügenpresse“ gar nicht enthalten. Die Frage lautete: „Die von oben gesteuerten Medien verbreiten nur geschönte und unzutreffende Meldungen“, und dann sollte man dazu auf einer Skala seine Zustimmung mitteilen. Es ist nicht beruhigend, dass 44 Prozent sagen, das stimmt mehr oder weniger. Gleichwohl:

Von „Lügenpresse“ ist nicht die Rede, und wenn schon in der Frage vorausgesetzt wird, dass die Medien von oben gesteuert werden, dann ist das eine nicht ganz saubere Fragestellung.

Einen Monat später kam dann infratest dimap im Auftrag des WDR zu diesem Ergebnis mit entsprechenden Headlines (Abb. 5): Demnach wollen die meisten Bürger mit überwältigender Mehrheit niemals von „Lügenpresse“ sprechen. Nur 20 Prozent bejahen die direkte, explizite Frage, dass man diesen Begriff verwenden würde. Die Mehrheit schreckt zurück. „Lügenpresse“ – das ist vielleicht doch nicht so richtig.



Abb. 4

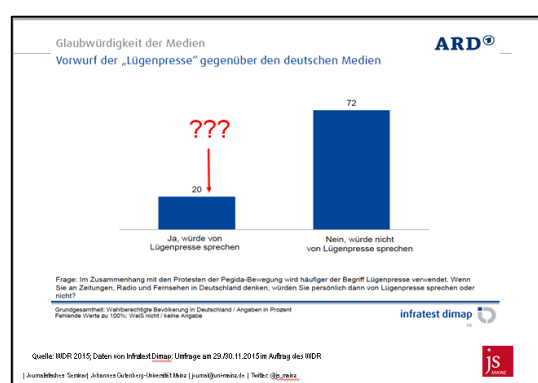


Abb. 5

Es ist schwierig, diese verschiedenen Umfragen zu deuten. Darum ist es hilfreich, wenn man sich solcher Umfragen bedient, die stets dieselben Fragestellungen verwenden. Und auch bei Medioumfragen gibt es einige, bei denen immer wieder die gleichen Fragen gestellt werden. Die sind andererseits begrenzt, weil sie meist ganz allgemein fragen: Wie stark vertrauen Sie „den Medien“ oder „den Zeitungen“?

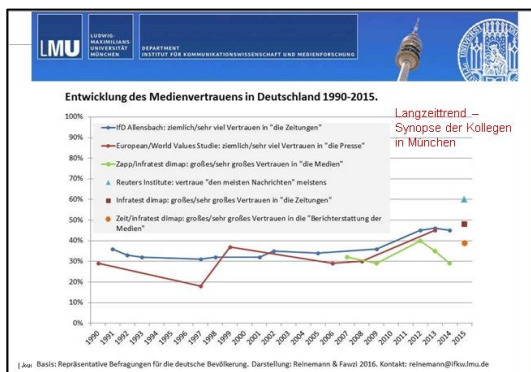


Abb. 6

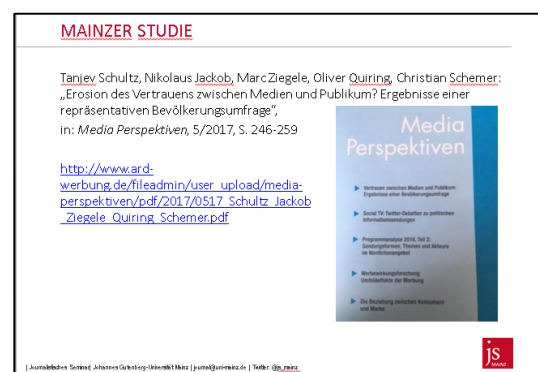


Abb. 7

Gleichwohl ist es nicht uninteressant zu sehen, wie sich das im Zeitverlauf für Deutschland darstellt. Und wenn man sich das – wie die Kollegen der Uni München – in den letzten Jahren seit 1990 anschaut (Abb. 6), sieht man, dass es keinen Rieseneinbruch gab, zumindest bis 2015. Das Vertrauen in die Medien im Allgemeinen schwankt zwischen 30 und 45 Prozent je nach Studie.

Jetzt ganz kurz ein paar Befunde aus der Studie (Abb. 7), die wir gerade veröffentlicht haben. Wir haben sie bei „Media Perspektiven“ publiziert, sind aber nicht von ARD oder ZDF beauf-

trägt worden. Wir haben sie dort veröffentlicht, weil wir wollten, dass sie schnell publiziert werden. Weitere Fachartikel folgen. Wir wollten aber erstmal die einfachen deskriptiven Tatbestände draußen haben.

Wir haben sehr viele Fragen zum Thema „Medienvertrauen“ gestellt. Ein Ergebnis fanden wir besonders interessant. Wir haben zwar nach unterschiedlichen Mediengattungen gefragt, aber hier haben wir uns auf die sehr allgemeine Mediendiskussion eingelassen: Wie stark ist das Vertrauen in „die Medien“ (was auch immer die Menschen dann darunter verstehen)? Wir haben vorweg klargemacht, dass es um etablierte, bekannte Medien geht. Wir haben gefragt: Wenn man an wirklich wichtige Dinge denkt (wie Umweltprobleme, Gesundheitsgefahren, politische Skandale) – wie stark vertraut man dann den Medien (Abb. 8)?

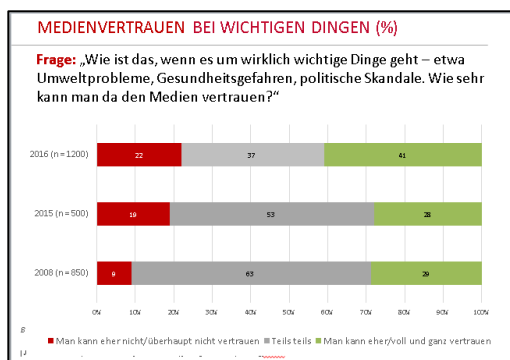


Abb. 8

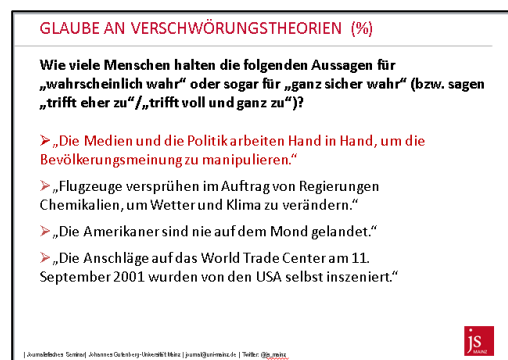


Abb. 9

Das haben wir schon in früheren Studien gefragt. Wir haben dabei entdeckt, dass der Anteil derer, die misstrauisch sind oder überhaupt kein Vertrauen mehr haben, gestiegen ist. Und zwar in einem Maße, das beunruhigt: zwischen 2008 und 2016 von neun auf 22 Prozent! Selbst, wenn man mögliche statistische Unschärfe einrechnet, ist das ein gewaltiger Anstieg.

Wir haben andererseits festgestellt, dass der Anteil jener, die sagen, sie vertrauen eher oder voll und ganz den Medien, ebenfalls gestiegen ist. Geschrumpft ist die Mitte, die sagt „teils, teils“. Wir haben also eine Polarisierung, was im Grunde nicht überraschend ist angesichts der sehr prominenten öffentlichen Diskussion. Wir stellen fest, jedenfalls nach unseren Befunden, dass manche im Zuge dieser Debatte entdecken: Bei aller Kritik – so schlecht sind unsere Journalisten, unsere Medien ja nun auch nicht. Im Gegenteil: Vielleicht müssen wir sie sogar stärken, ihnen den Rücken decken angesichts der aktuellen Debatte.

Ich persönlich hätte wahrscheinlich „teils, teils“ geantwortet. Denn die Welt ist kompliziert. Und in einer Demokratie, in einer Mediendemokratie zumal, von der wir wissen, wie viele Defekte es im Mediensystem gibt, wie viel Journalisten falsch machen, von der wir wissen, dass die „Bild-Zeitung“ ganz anders berichtet als die FAZ, ist es fast vermessen zu glauben, man könnte den Medien gegenüber ein pauschales Vertrauen unterschreiben.

Mit anderen Worten: Ein Verlust an Vertrauen oder eine Skepsis ist per se in einer demokratischen Mediengesellschaft nichts Schlechtes. Und dieses Zerreißen der Mitte, das wir auch

aus anderen politischen Diskussionen kennen, sehe ich eher mit Sorge. Kann sein, wenn die Prominenz der Debatte um „Lügenpresse“ abflaut, dass dann die Mitte wieder größer wird. Ich bin gespannt.

Wir haben noch jede Menge anderer Items abgefragt. Auch zu Verschwörungstheorien (Abb. 9) – mit der Leitidee, dass manches von der (wie ich sie nenne) infamen Medienkritik im Grunde ein verschwörungstheoretisches Postulat enthält. Wir sehen hier ein paar ausgewählte Items, die wir abgefragt haben. Vorneweg das, was ich mit „Medienverschwörung“ meine, die manche Leute unterstellen: „Medien und Politik arbeiten Hand in Hand, um die Bevölkerungsmeinung zu manipulieren“. Daneben haben wir ein paar Klassiker der Verschwörungstheorie abgefragt: Chemtrails, Mondlandung, World Trade Center.

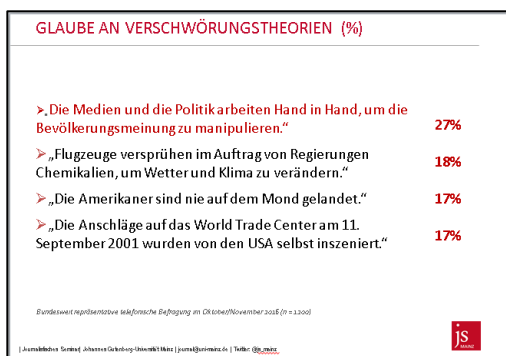


Abb. 10

Raten Sie mal, wie viele Leute da zustimmen und meinen, das sei wahrscheinlich oder sogar ganz sicher wahr. Ich verrate es Ihnen (Abb.10): 27 Prozent glauben an die Medienverschwörung. Das fanden wir ziemlich schockierend. Auch die anderen Werte: an die 20 Prozent, die behaupten, das mit 9/11 war irgendwie inszeniert.

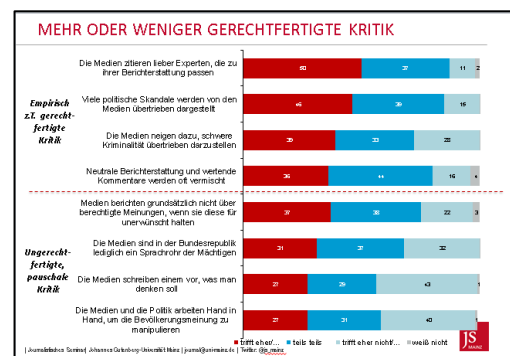


Abb. 11

Wir haben keine Langzeitdaten über Zustimmung zu solchen Verschwörungstheorien; wir wissen also nicht, ob das schlimmer geworden ist durchs Internet, durch Fake News, durch gezielte Streuung per „Compact“ und Konsorten. Wir können vermuten, dass es immer schon zehn, 20 Prozent gab, die für alles Mögliche anfällig waren. Aber das kann uns nicht beruhigen. Wir sehen, dass bestimmte Sprüche, bestimmte Ideen über die Medien bei einer großen Zahl von Menschen verfangen – im Übrigen bei mehr Leuten als jenen, die sagen, sie vertrauen den Medien nicht bei wichtigen Dingen. Da gibt es Inkonsistenzen im Antwortverhalten. Man plappert manchmal ein paar Dinge nach, die man irgendwo aufgeschnappt hat.

Was wir aber auch gefunden haben, übereinstimmend mit anderen Studien: Die Zahl derjenigen, die aktiv kommentieren, ist sehr gering. Wir alle erleben das anders, haben ein anderes Gefühl: Wir kriegen bei den Themen „Ukraine“ oder „Flüchtlingspolitik“ plötzlich Tausende Mails und werden zugespammt mit den übelsten Botschaften. Aber alle Studien, die ich kenne, sagen: Das sind Minderheiten, wenige Prozent, die überhaupt aktiv kommentieren. Und unter denen sind auch nicht nur Hater. Es kann sein, dass wir ein paar Leute über unsere Umfragedaten nicht kriegen, weil die das entweder nicht preisgeben oder für unsere Umfragen schon

ganz verloren sind. Aber dass wir diese Gruppe total unterschätzen, glaube ich wiederum auch nicht. Das heißt: Dieses Krakeelen verfängt bei uns allen. Aber was ist mit denen, die berechtigtere, rationalere Kritik an den Medien haben? Kritik, die dem entspricht, was selbst wir als Medienkritiker an unserem Berufsstand, an unserer Profession, die wir eigentlich lieben, oft so scheußlich finden?

Wir haben also einiges abgefragt, um zu unterscheiden: Es gibt pauschale Kritik, wie das jetzt eben genannte „Die stecken alle unter einer Decke“ oder auch „Die Medien schreiben einem vor, was man denken soll“. Ganz pauschale Dinge, von denen man sofort sagen würde: Das ist nicht so. Aber es gibt auch Kritik an Medien, von der wir alle zugeben würden, dass da was dran ist (Abb. 11). Dass beispielsweise die Medien sich lieber mal Experten nehmen, die der Linie des Beitrags entsprechen und zu ihr passen. Dass es in manchen Fällen einen Skandalisierungswahn gibt. Und dies wird von vielen Bürgern so geteilt; das sehen die genauso. Es gibt jede Menge Studien, anekdotische Evidenzen und eigenes Erleben, die solche Kritik bestätigen.

Wir sind dann in der schwierigen Situation, berechnete, legitime, fundierte und mehr oder weniger scharfe Kritik voneinander zu unterscheiden. Wir haben das versucht mit einem Modell, in dem wir die Pauschalkritiker als „Zyniker“ bezeichnen und die anderen eher als „Skeptiker“. Wie kann man die unterscheiden, und was sind entsprechende Faktoren?

Das haben wir in einer komplizierten statistischen Methode analysiert (Abb. 12). Die Idee ist, mit unseren diversen Items die Einflussfaktoren zu ermitteln, die dazu führen, dass Vertrauen in die Medien oder Mediengattungen bestätigt wird. Dann unterscheiden wir zwischen den eher zynischen Einstellungen mit ganz pauschalen Anwürfen und den eher skeptischen Faktoren, von denen auch wir sagen würden, dass viele stimmen. Dann stellen wir fest, dass zwischen diesem Zynismus und diesem allgemeinen Vertrauen starke Korrelationen herrschen. Eigentlich nicht so sehr überraschend: Wer sehr zynisch drauf ist, der vertraut am Ende auch weniger den Medien.

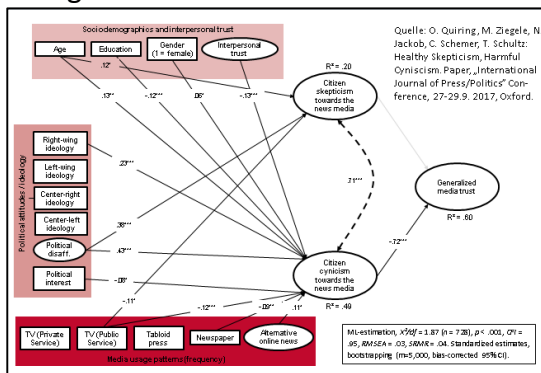


Abb. 12

Beim Skeptizismus ist das aber nicht so, das fanden wir interessant: Wer kritisch eingestellt ist gegenüber den Medien, wer sagt, die skandalisieren und übertreiben, verliert deshalb nicht gleich sein gesamtes Vertrauen in die Medien. Diese Skeptiker sehen ein: Journalisten

MEDIENZYNIKER UND MEDIENFANS		
	Medienzyniker (hohes Misstrauen)	Medienfans (hohes Vertrauen)
Soziodemographie	Keine auffälligen Unterschiede	
Interpersonales Vertrauen und Institutionenvertrauen	Niedriger	Höher
Einstellungen zur Politik/Demokratie	Negativer, eher Zuspruch zu linkem und v.a. rechtem Rand	Positiver; mehr Zuspruch zu den gr./etablierten Parteien
Blick auf ökonom. Entwicklung	Höhere Zukunftsangst	Niedrigere Zukunftsangst
Mediennutzung	Leicht weniger „Mainstream“, mehr alternative Quellen	Vor allem „Mainstream“
Verschwörungsmentalität	Stark ausgeprägt	Schwächer ausgeprägt

Quelle: N. Jackob, T. Schultz, M. Ziegels, C. Scherer, O. Quiring: Medienfans und Medienzyniker. Merkmale eines gespaltenen Publikums. Manuskript 2017.

| Kommunikation | Sonstige | Journalismus | Medien | Netz | Medien | Journalisten | Medien | Netz | Medien | Journalisten

Abb. 13

machen auch Fehler, das ist ein Teil der Medienlogik. Diese Leute sollten uns interessieren, nicht nur die Krakeeler. Denn diese Leute könnten leicht abdriften und zynisch werden. Die müssen wir gewinnen.

Um zu klären, was sind das für Leute, haben wir verschiedene Einflussfaktoren untersucht. Und festgestellt: AfD-Anhänger sind zynischer und stärker verschwörungstheoretisch unterwegs als andere. Politische Entfremdung, Politikverdruss korrespondiert mit starkem Medienzynismus. Mit der Folge, dass es sehr viel schwieriger ist, diese Leute zu erreichen, weil das ein Syndrom ist. An diese Leute kommt man nicht mit Faktenfinder oder Ähnlichem heran. Die finden, dass unsere Demokratie generell auf einem schwierigen Weg ist.

Hier haben wir noch versucht, zwei Gruppen genauer zu untersuchen (*Abb. 13*): Jene, die eine extrem medienzynische Einstellung aufweisen, und jene, die eher sehr hohe Vertrauenswerte haben (wir haben sie etwas übertrieben „Medienfans“ genannt). Wie unterscheiden sich die? Demografisch interessanterweise eigentlich gar nicht. Aber in anderen Punkten. Wie im interpersonalen Vertrauen: sehr viel mehr Misstrauen bei jenen, die auch Medien problematisch finden. Da ist eine Bevölkerungsgruppe unterwegs, die auf vielen Feldern Probleme mit sich herumschleppt – und selbst Probleme bereitet.

Die Frage lautet, ob es sinnvoll ist, denen lauter Zugeständnisse zu machen. Oder ob man die nicht anders abholen muss. Darauf habe ich keine Antwort, vielleicht ist das ein Thema für die folgenden Diskussionen. Aber denen total hinterherzulaufen, finde ich seltsam und schwierig, weil man damit auch Gefahr läuft, den anderen, die berechnete Medienkritik üben, Argumente in die Hand zu geben, warum die Medien jetzt doch wieder was falsch machen.

Es gibt schließlich eine große Zahl von Menschen, die finden das, was die Medien machen, problematisch, weil sie ihnen eher zu schlicht berichten, nicht qualitativ genug. Und jenen anderen Leuten, die ressentimentgeladen sind, erscheinen die Medien nicht schlicht genug. Die möchten ihre einfachen Botschaften haben, möchten, dass ihre Meinung abgebildet wird. Es ist nicht einfach, mit diesen verschiedenen Ansprüchen und Problemen umzugehen.

Das kann man sich noch einmal klarmachen an diesem Modell; ich habe es „normativen Vierfelder-Kampf“ genannt (*Abb. 14*). Wir haben es mit Medienqualitäten zu tun, die mehr oder weniger gut oder schlecht sind. Es gibt keine ganz klaren vier Felder, sie gehen vielmehr ineinander über. Wir müssen uns normativ darüber verständigen, was denn gute Medienqualität ist. Die Frage stellen wir uns seit Jahrzehnten, und ganz einfach ist die Antwort nicht. Zudem gibt es auf der Publikumsachse auch vernünftige Urteile. Wenn man das miteinander in Beziehung setzt, kommt man zu ganz unterschiedlichen Ergebnissen. Es gibt Leute, die haben Vertrauen, aber aus falschen Gründen; es gibt berechtigtes Misstrauen, unberechtigtes Misstrauen. Die Frage ist immer: Über welches Feld, über welche Leute reden wir eigentlich?

Und wie kann man beispielweise dafür sorgen, dass das Publikum – was jetzt sehr von oben herab klingt, aber nicht so gemeint ist – vernünftig urteilt? Und was heißt „vernünftig urteilen“? Fehlt es manchem an Wissen über die Art, wie Medien funktionieren, oder ist es schlichter, knallharter politischer Dissens zu bestimmten Themen und Meinungen? Was ist jeweils das Problem, über das wir reden?

Und da ist mein Eindruck, dass vieles vermischt wird. Und ich bin auch nicht sicher, ob wir mit manchen aktuellen Maßnahmen, die ich alle für richtig halte (wie Faktencheck), alle Probleme lösen kann – eben weil es um unterschiedliche Felder, um unterschiedliche Publika geht.

NORMATIVER VIERFELDER-KAMPF

	„Gute“ Medienleistung	„Schlechte“ Medienleistung
Publikum urteilt „vernünftig“	berechtigtes Vertrauen	berechtigtes Misstrauen
Publikum urteilt „unvernünftig“	unberechtigtes Misstrauen oder: Vertrauen aus falschen Gründen	unberechtigtes Vertrauen oder: Misstrauen aus falschen Gründen

| Journalismisches Seminar | Johannes Gutenberg-Universität Mainz | jura@uni-mainz.de | Twitter: @jg_u_m

Abb. 14

ZULETZT EIN CREDO...

Text durch Klicken hinzufügen

„My belief is that what distinguishes **good journalism** from poor journalism is **labour**;

the journalism that people value the most is that for which they can tell someone hat put in **a lot of work.**“

Katharine Viner, The Guardian

| Journalismisches Seminar | Johannes Gutenberg-Universität Mainz | jura@uni-mainz.de | Twitter: @jg_u_m

Abb. 15

Gleichwohl, und damit komme ich zum Schluss, sollte uns eines nicht abhalten (und das ist etwas, das ich auch unseren Studenten immer mitgebe). Wenn etwas ganz basal mit guter Qualität zusammenhängt, dann würde ich sagen: Mühe sollte man sich schon geben! Wenn man nichts kann, hilft zwar auch die Mühe nichts. Aber da Journalisten nicht blöde sind, wäre Mühe schon mal ganz gut. Katherine Viner hat das vor kurzem weniger lax formuliert (Abb. 15): Guter Journalismus unterscheidet sich von schlechtem durch – Arbeit. Und die Leute würden merken, wenn in etwas viel Arbeit gesteckt werde. Ich bin nicht immer sicher, ob das wirklich stimmt. Aber das hat dann auch wiederum mit Vertrauen zu tun ...

Ein Beispiel aus meiner alten Redaktion: die Panama-Papers. Ich mache jetzt keine Umfrage, wie viele von Ihnen sämtliche Artikel über die Panama-Papers gelesen haben. Ich vermute aber: niemand von Ihnen. Aber Sie haben im Laufe der Zeit Vertrauen in die Berichterstattung gesetzt: Die machen das schon mit sehr viel Mühe und ordentlich. Und Sie bekommen ein gutes Gefühl, dass sich Journalisten um das wichtige Thema kümmern, auch wenn es sehr kompliziert und detailreich ist. Aber gut, dass es das gibt. Ein Beispiel für Vertrauen.

Also: Mühe sollten wir uns geben!

Fakten schaffen: Initiativen gegen Fakes

Interview mit:
Rike Woelk, ARD-Faktenfinder
Jutta Kramm, Fact-Checking-Ressort Correct!v

(Geringfügig überarbeitetes Wortprotokoll)

Werner Lauff: Nun zum ersten der beiden Blöcke, die wir gebildet haben: „Initiativen gegen Fakes“. Zwei Initiativen wollen wir uns näher ansehen, und dabei geht es zunächst nur um die Praxis, um die Umsetzung: Wie funktioniert Fact-Checking? Die beiden Gesprächspartnerinnen bitte ich jetzt auf die Bühne, sie werden anschließend auch an der Podiumsdiskussion teilnehmen. Die eine ist stellvertretende Redaktionsleiterin von tagesschau.de und vertritt den Faktenfinder der ARD; die andere kommt vom Recherchezentrum Correct!v und leitet dort das Fact-Checking-Ressort. Im Interview: Rike Woelk und Jutta Kramm.

Ganz einfache Fragen habe ich an Sie. Sie haben sich beide zur Aufgabe gestellt, falsche Behauptungen zu entdecken, sie zu prüfen und gegebenenfalls zu korrigieren. Wie entdecken Sie sie, wann sind sie für Sie relevant, und wann gehen Sie dagegen vor?

Rike Woelk: Das ist ganz einfach: Wir verfolgen die Nachrichten, wir verfolgen Äußerungen, überprüfen Statistiken. Dabei schauen wir ganz besonders in die sozialen Netzwerke, weil viele der Dinge, über die wir hier sprechen, dort ihren Ursprung haben. Deswegen sind die Kollegen vom Faktenfinder auch immer dabei, bestimmte Seiten, die für Verschwörungstheorien stehen, genauer zu beobachten, auch bestimmte Facebook-Seiten von Politikern. Aber es reicht auch schon, die normale Diskussion in den Nachrichten zu verfolgen; da stößt man auf vieles.

Wir bei den ARD-Faktenfindern haben uns als Messlatte für Relevanz gesetzt, dass es erst dann für uns ein Thema wird, wenn es von bestimmten Personen oder Medien aufgegriffen wird, wenn bei Facebook eine Äußerung oder ein Thema mehr als tausend Likes hat, wenn es also eine bestimmte Breite in der Diskussion bekommen hat. Wir sind ja oft mit der Problematik konfrontiert, Dinge größer zu machen, als sie eigentlich sind, und Dinge zu verbreiten, die wir eigentlich gar nicht verbreiten wollen. Insofern muss man sich gewisse Richtlinien geben.

Werner Lauff: Ist da auch noch ein Korrektiv drin im Sinne von: Das ist absichtlich oder nachgeplappert? Differenzieren Sie da?

Rike Woelk: Wir gucken uns das alles erst mal an. Man muss unterscheiden, über welches Thema man spricht: Geht es um gefälschte Bilder, um ein Zitat, das aus dem Zusammenhang gerissen und entsprechend verwendet wurde, geht es um eine gefälschte Statistik? Das ist bei Fake News das Problem: Es geht nicht um das, was nur falsch ist. Es ist nie schwarz oder weiß, sondern es ist immer grau. Es ist immer ein Fünkchen Wahrheit dran. Nur: Der Zusammenhang stimmt nicht. Oder die zeitliche Einordnung stimmt nicht. Oder das Bild wurde an einem ganz anderen Ort aufgenommen. Das muss man bei jedem Thema ganz genau anschauen, und daraus leiten sich dann auch die Maßnahmen ab, die wir ergreifen.

Werner Lauff: Wie ist das bei Ihnen, Frau Kramm, wie spüren Sie das auf, was ist relevant?

Jutta Kramm: Wir gehen ganz ähnlich vor wie der Faktenfinder. Erst mal mit ganz viel journalistischem und gesundem Menschenverstand. Wir hören Nachrichten, wir gucken uns an, was die relevanten Debatten sind, und wir spüren dann ganz gezielt im Internet nach. Auf Basis unseres Wissens und unserer Erkenntnisse durchforsten wir mit bestimmten Tools, die wir extra eingekauft oder etabliert haben, das Internet gezielt nach Hashtags. Was trendet im Moment, was entwickelt sich?

Wir haben nicht die enge Schwelle wie der Faktenfinder. Wir fangen ein bisschen früher an. Wir haben beispielsweise ein Tool, mit dem man erkennt, wie sich die Kurve entwickeln wird: Was heute Morgen nur 200 Shares hat, wird heute Nachmittag schon 2.000 haben. Dann steigen wir ein, obwohl noch nicht viele Menschen darüber diskutieren.

Was ein deutlicher Unterschied ist: Wir kooperieren mit Facebook und bekommen von Facebook eine täglich aktualisierte Liste von Usern, die selbst Fakes oder Zweifelhafte melden. Ich muss dazu aber einschränkend sagen: Das ist völlig unsortiert. Da sind Dinge dabei wie „Bei McDonalds wird Menschenfleisch gegessen“; dazu machen wir dann keine Fact-Checks. Oder „Justin Bieber hat eine neue Freundin“ – all diese Dinge landen da auch an, und wir filtern das nach politischer Relevanz. Mich hat übrigens die Zahl mit den Chemtrails (*aus dem Impulsreferat von Prof. Schultz – d. Red.*) nicht unbedingt überrascht. Das ist eine Riesen-Verchwörungstheorie, an die unglaublich viele Menschen glauben. Und auch die Dinge, über die wir hier lachen, beschäftigen ganz viele Menschen tagtäglich.

Werner Lauff: Jetzt haben Sie gerade Facebook erwähnt, in welchem Vertragsverhältnis stehen Sie zu Facebook, bekommen Sie Fallpauschalen?

Jutta Kramm: Nein, gar nichts, überhaupt kein Geld. Das Ganze ist ja auch immer noch in einer Probephase, die sehr schwierig angefangen und bis Mitte August sehr schlecht funktioniert hat. Das hatte technische Gründe, ich würde da keine böse Absicht unterstellen. Da hat die Liste, die uns täglich ins Postfach geflattert ist, noch nicht richtig funktioniert. Seit dem geht

es ganz gut. Wir können jetzt sehen, was wirklich beliebt ist, wir können auch selber nach Stichworten überprüfen, so dass wir nicht immer 600 Meldungen nach politisch Relevantem durchforsten müssen.

Wir machen das auf freiwilliger Basis. Wir machen das, weil wir glauben, dass – wenn man was richtigstellt – wir die Fakes bzw. die Korrekturen auch in jene Milieus hineinspielen müssen, in denen es diskutiert wird. Und es gibt eben leider viele Menschen, die sich vor allem in diesen Facebook-Gruppen und über Facebook und ihre Timeline informieren, Menschen, die an Facebook glauben oder die besonders anfällig dafür sind, sich ausschließlich so zu informieren. Das ist der Grund, warum wir gesagt haben, wir probieren das mit Facebook.

Wir recherchieren, ganz klassische Recherche, schreiben einen Text dazu und versuchen, genau aufzulisten, wie die Daten und Fakten sind, woher das Bild kommt, wie der Zusammenhang ist, wo was richtig, wo was falsch ist. Wir geben am Ende in der Regel eine Art von Bewertung ab, zum Beispiel „Völlig falsch“ oder „Nur die Überschrift stimmt nicht, der Inhalt ist aber richtig“ oder „Es werden Zahlen in falsche Zusammenhänge gestellt“. Wir stufen ab in der Bewertung. Die URL zu diesem Text, den wir bei uns auf der Homepage veröffentlichen, geben wir dann zurück an Facebook, und der Text erscheint dann dort als „Related Content“.

Werner Lauff: Wie ist das bei Ihnen, Frau Woelk? Hier haben wir jetzt den Output, da geht es mit einem Link wieder an Facebook zurück (ich frage gleich noch mal, was das bewirkt), aber wie ist das bei Ihnen? Wo steht das Ergebnis Ihrer Recherche, wo geht das hin?

Rike Woelk: Wir machen das ganz ähnlich. Wir haben bei der ARD ein Team gebildet. Im April ist der ARD-Faktenfinder an den Start gegangen als Projekt, das erstmal bis zur Bundestagswahl terminiert war und jetzt in kleinerer Besetzung weiterläuft. Da haben sich jeden Tag vier Kollegen mit diesen Themen beschäftigt, und die haben das ganz ähnlich gemacht. Ein ganz wichtiger Punkt sind die Hinweise aus den Landesrundfunkanstalten. Viele dieser Dinge, über die wir hier reden, nehmen ihren Ursprung in lokalen Ereignissen oder Gerüchten. Und da ist die ARD ein wunderbares Netzwerk.

Unsere Faktenfinder-Kollegen in Hamburg werden geleitet von einem CvD, der sich schon über viele Jahre einen Namen gemacht hat mit der Berichterstattung über die rechte Szene in Deutschland, der ist extrem gut vernetzt. Ansonsten sind im Team Spezialisten für die Bild-Verifikation, für Video-Manipulation, Kollegen, die sich gut auskennen mit den Tools, die die Kollegin eben beschrieben hat: Wie kann man feststellen, wann ein Bild das erste Mal gepostet wurde, und viele Dinge mehr, die man nutzen kann. Ergänzt wurde das Team um Kollegen aus den Landesrundfunkanstalten, die die regionale Vernetzung und Kompetenz mitgebracht haben, was uns an vielen Stellen weitergeholfen hat. Es gibt keine offiziellen Kooperationen oder festgelegte Abläufe; es gibt immer wieder Gespräche mit den unterschiedlichen Fakten-

findern, und das war ein sehr kollegiales Miteinander in der Zeit vor der Bundestagswahl.

Werner Lauff: Wie geht es dann weiter? Wen konfrontieren Sie mit den Ergebnissen?

Rike Woelk: Die Öffentlichkeit. Die Kollegen recherchieren, manchmal einer an einem Thema, manchmal mehrere. Dann wird ein Artikel verfasst, der auf der Homepage des Faktenfinders erscheint (das ist eine Unterseite von tagesschau.de, die wir geschaffen haben seit April). Oft werden die Artikel – gerade, wenn es eine hohe Relevanz hat – auf der Website von tagesschau.de aufgespielt; es gibt die Rückkoppelung in die anderen Bereiche von ARD aktuell, zur Tagesschau, zu Tagesthemen.

Und weil diese Dinge gerade in den sozialen Netzwerken so eine große Rolle spielen, haben wir Formate entwickelt schon vor dem Start, die in den sozialen Netzwerken gut funktionieren, mit denen wir die Inhalte, die wir recherchiert haben, wieder zurückspiegeln. Das sind zum Beispiel Web-Videos, Erklär-Videos, auch ein Format, das heißt „Stimmt das?“, in dem man den Fakt noch mal aufgreifen kann und darstellen, was stimmt und was nicht. Und man kann die Recherche transparent machen und sie in funktionierenden Formaten zurückspielen in die sozialen Netzwerken – das heißt bei uns: die Auftritte der Tagesschau auf Facebook, Twitter und Instagram. Da haben wir auch viele Tutorials gemacht.

Das Fact-Checking ist das eine. Aber es hat ja auch viel mit Medienkompetenz zu tun und mit dem, was wir hoffen, den Leuten vermitteln zu können: Eben auch selbst zu sehen, was ist ein Social Bot, und woran kann ich das erkennen. Woran erkenne ich eine Fake News, bevor ich sie, ohne zu überlegen, weiterteile? Dazu haben wir viele Tutorials erstellt je nach Thema: Wie kann ich herausfinden, wann ein Tweet gepostet wurde? All diese Dinge, die in den Debatten eine Rolle spielen.

Also: klassische Artikel für tagesschau.de, Rückkoppelung in die anderen Bereiche bei ARD aktuell und plattformgerechte Aufbereitung für Social Media.

Werner Lauff: Haben Sie beide Beispiele dafür, welche Wirkungen das hat, was Sie tun?

Jutta Kramm: Das ist eine schwierige Frage. Wie misst man die Wirkung von einzelnen Dingen? Facebook hat am letzten Freitag eine Erklärung herausgegeben, die sich vor allem auf amerikanische und britische Erfahrungen stützt, dass sie die Reichweite um 80 Prozent reduziert haben als Reaktion auf die Meldungen der kooperierenden Fact-Checking-Teams (wir sind ja in Deutschland das einzige, aber es gibt in vielen Ländern Teams, die mit Facebook kooperieren). Eine Reduzierung um 80 Prozent – das ist ja schon sehr viel.

Ich muss allerdings ein paar Einschränkungen dazu machen. Das große Problem: Wenn wir unseren Faktencheck gemacht haben, sind ein, zwei Tage, vielleicht auch nur ein, zwei Stunden vergangen. Aber Zeit ist, was Fake News betrifft, wirklich ein Wert. Die verbreiten sich relativ schnell; sie gehen schneller viral, als wir arbeiten können. Und journalistische Qualitätsarbeit – und ich würde immer sagen, Faktencheck ist Qualitätsarbeit – ist aufwendig. Bis wir eine Zahl verifiziert haben oder bis wir herausgefunden haben, wo ist ein Foto aufgenommen worden, sind vielleicht anderthalb Stunden vergangen, und wir haben noch nicht einmal einen Text dazu geschrieben.

Das heißt: Wenn Facebook sagt, sie reduzieren um 80 Prozent, das aber erst nach zwei Tagen, nachdem die Fake schon um die Welt gekreist ist, dann ist schon sehr viel passiert. Das muss deutlich schneller werden. Deshalb ist es auch sehr wichtig, ganz früh zu erkennen, wo etwas entsteht. Da sind wir erst in einer Anfangsphase; da müssen alle Faktencheck-Teams noch sehr viel lernen.

Werner Lauff: Aber es klingt doch nach einem pädagogischen Erfolg, wenn man so will, nach einem Medienkompetenz-Erfolg.

Jutta Kramm: Facebook reduziert ja dann auch selber. Wenn die von uns einen Hinweis oder unsere URL mit dem Faktencheck bekommen, und sehen, das Fake geht viral, dann können die mit den Algorithmen auch selbst eingreifen und das Tempo reduzieren. Sie ranken das dann beispielweise auch tiefer. Es hat also schon einen Erfolg. Die Frage ist aber: Geht es schnell genug?

Sie haben nach der Wirkung gefragt. Man kann das schwer messen. Ich halte aber den medienpädagogischen Effekt für sehr wichtig. Jeder Faktencheck vermittelt auch immer mit: Wie haben wir das herausgefunden? Wo haben wir genau die Zahlen gefunden, wie viel Migranten gibt es denn wirklich, oder wie viele Menschen sitzen in Afrika auf gepackten Koffern? Und in welche Länder wandern die? Das belegen wir ja mit Zahlen, die wir von der OECD oder wo auch immer herholen. Und den Weg der Recherche zu beschreiben, das ist vielleicht nicht so ein toller Journalismus, als wenn man eine Reportage schreibt, nicht sehr unterhaltsam, aber es hat einen pädagogischen Effekt, weil man erklären kann, wo man nachgucken kann, und dass es sehr wichtig ist zu überprüfen, ob es Quellen gibt für die Behauptung.

Werner Lauff: Frau Woelk, wie sieht es bei Ihnen mit den Wirkungen aus? Spürbar?

Rike Woelk: Es gibt ja unterschiedliche Studien, dass der Erfolg nicht so groß ist. Ich glaube, da muss man noch zuwarten, bis man das wirklich auswerten kann. Wir haben festgestellt, dass die Themen, die wir da aufgreifen, zu denen gehören, die die Benutzer unserer Seiten auf tagesschau.de (was ein ganz anderes Publikum ist als das, was wir in den Netzwerken ha-

ben – im Altersunterschied, aber auch sonst in der Zusammensetzung) am meisten interessieren. Die Geschichten unseres Faktenfinders waren über die ganze Zeit immer auf Platz eins bis drei der meistgelesenen Meldungen. Und das ist für uns der Erfolg: Wenn es bei den Leuten ankommt und wenn wir darauf positive Rückmeldungen bekommen bei unserem Publikum und auch von unseren Kollegen. Und das war so, und das ist für uns ein großer Erfolg.

Wirklich zu messen, ob man jemanden überzeugt hat oder ob er seine Meinung verändert – das können wir nicht klären. Aber wir haben einen hohen Anspruch zu unseren Inhalten, und das ist für uns wichtig, weil wir dann die verifizierte, die gecheckte Meldung sehen und diese zu den Leuten kommt.

Leute, die an Verschwörungstheorien glauben oder an Chemtrails, die werden wir vermutlich nicht vom Gegenteil überzeugen; vermutlich nutzen sie unsere Inhalte auch gar nicht. Aber die, die noch dazwischen sind, denen diese Gerüchte, die Fake News irgendwo im Netz begegnen, möglicherweise gepostet von einem guten Freund oder von jemandem aus der Familie, wo man dann denkt: Vielleicht ist da doch was dran – wenn wir die erreichen und die sehen, dass es doch ein bisschen differenzierter ist und es mehr Aspekte zu diesem Thema gibt, über die man nachdenken kann, dann haben wir schon viel erreicht.

Jutta Kramm: Ich will das unbedingt unterstreichen. Wir werden auch häufig gefragt: Ja, wen erreicht Ihr denn? Die Leute, die in ihrer Filterblase oder in ihrer Echokammer drin sind, die sind sowieso schon verloren ...

Das mag wohl sein, darüber würde ich mich nicht streiten. Ich glaube, es ist wichtig, dass sich die Echokammern nicht verbreitern. Und ich glaube auch, dass es sehr wichtig ist, und das ist ein Teil unserer Arbeit, dass man quasi einen Pfosten in die Landschaft stellt und sagt: Wir legen Wert darauf, dass unsere politischen Diskussionen und Entscheidungen auf Basis von Wissen und Fakten geschehen und nicht auf Basis von Gerüchten und Falschmeldungen oder von Unwissenheit. Und in diesem Sinne für Vielfalt von Informationen zu sorgen ist eminent wichtig. Das Angebot muss zumindest da sein, und dafür sind wir da. Was die Menschen dann damit machen ... Sie müssen ja keine andere Wahlentscheidung treffen. Wer unbedingt an Chemtrails oder Verschwörungen glauben will – ich kann es nicht ändern. Aber ich habe meinen Teil dazu getan, dass er die Möglichkeit hat, sich eine andere Meinung zu bilden.

Werner Lauff: Letzte Frage, bevor wir zu Podiumsdiskussion kommen: Arbeiten Sie auch zusammen, teilen Sie sich Geschichten auf? Oder umgekehrt: Wetteifern Sie sogar darum?

Rike Woelk: Jeder Journalist hat natürlich gerne Exklusivgeschichten. Aber bei diesem Thema war allen Beteiligten die Verantwortung bewusst. Es gab immer mal wieder Gespräche, ge-

meinsame Diskussionsrunden, viel Austausch im Vorfeld der Bundestagswahl zwischen den unterschiedlichen Teams der Faktenchecker. Ich habe da weniger Konkurrenz beobachtet als Austausch und Zusammenarbeit. Die ist nicht unbedingt organisiert, aber es gab sie immer wieder. Es war uns einfach bewusst, welche Verantwortung wir haben.

Man kann ja sagen: ARD – habt Ihr vorher etwa keine Fakten gecheckt? Doch, haben wir. Aber das Medienverhalten der Menschen hat sich einfach derart verändert, dass wir uns nicht nur darum kümmern können, was die Leute bei uns nutzen. Sie stoßen auf sehr viele Inhalte in den sozialen Netzwerken, die mit uns nichts zu tun haben, und sind dann eben mit diesen Gerüchten und Halbwahrheiten konfrontiert, so dass wir schon unsere Aufgabe darin sehen, das richtig zu rücken. Wir sind aber nicht auf der Suche nach Scoops.

Jutta Kramm: Dito, dito. Konkurrenz spornt einen an. Wir haben schon mal gesagt, wenn der Faktenfinder dran ist, dann wollen wir auch schnell sein. Wir haben vor der Wahl auch einen täglichen Newsletter rund um Fake News veröffentlicht, in dem ich häufig auf den Faktenfinder verwiesen habe. Ich würde in diesem Fall sagen: Mehr ist mehr, wenn es gut ist, und jeder Faktencheck, der gemacht wird und der viele Leute erreicht, ist besser als einer, der nicht gemacht wird.

Werner Lauff: Genau zu diesem Newsletter läuft gerade eine Umfrage, wie wichtig das für die Leute war. Haben Sie schon Ergebnisse?

Jutta Kramm: Das kann ich Ihnen noch nicht sagen; wir haben noch nicht ausgewertet.

Werner Lauff: Dann sind wir gespannt aufs Ergebnis. Ich sage erstmal: herzlichen Dank für Ihre Arbeit!

Fakten schaffen: Initiativen gegen Fakes

Diskussion mit:

Jutta **Kramm**, Fact-Checking-Ressort Correct!v, Berlin

Stefan **Niggemeier**, Übermedien, Berlin

Prof. Dr. Stephan **Ruß-Mohl**, European Journalism Observatory EJO, Lugano

Mario **Sixtus**, ZDF-Autor, Berlin

Rike **Woelk**, ARD-Faktenfinder, Hamburg

Zusammenfassung: Prof. Dr. Matthias **Kurp**,

HMKW Hochschule für Medien, Kommunikation und Wirtschaft, Köln

Was können Journalisten und Medien den sogenannten Fake News, die gezielt auf falschen Fakten basieren, entgegensetzen? Trotz aller Faktencheck-Initiativen, so warnte der Journalist und Filmemacher Mario Sixtus, bleibe deren Wirkung begrenzt. Die meisten Menschen befänden sich in einem „Bestätigungsvakuum“ und würden sich von den eigenen Weltbildern ungern trennen. Dieser Effekt unterstütze Verschwörungstheorien. Weil Menschen Informationen nur selten wirklich rational verarbeiteten, setzten sich Fakten gegen Fake News oft nicht durch.

Auch Stephan Ruß-Mohl, Professor für Kommunikationswissenschaft an der Universität Lugano, wies darauf hin, den Medien fehle der Zugang zu „Verschwörungfilterblasen“. Außerdem verschiebe sich „hinter den Kulissen das Machtfeld zwischen PR und Journalismus“. Dabei werde „in aller Regel nur die halbe Wahrheit“ verbreitet. Dass inzwischen Faktenfinder benötigt würden, um das eigentliche Geschäft der Redaktionen zu übernehmen, sei „im Grunde ein Armutszeugnis“. Der Kommunikationswissenschaftler appellierte an die klassischen Medien, mehr über ihre eigene Arbeitsweise und über die Gefahren von Social Media aufzuklären.

Der Medienfachjournalist Stefan Niggemeier (Bildblog.de, uebermedien.de) machte darauf aufmerksam, dass klassische Medien angesichts von Fake News und Verschwörungstheorien zunehmend dazu gezwungen seien, genauer wahrzunehmen, was Menschen in den sozialen Online-Netzwerken beschäftigen. Dieses „Social Listening“ und das Fact Checking bewirkten, dass auch Themen behandelt würden, die direkt aus dem Publikum kämen. So könnten Probleme aufgegriffen werden, die sonst nicht über die klassischen Kanäle in die Redaktionen gelangten. Schließlich müssten Journalisten versuchen, die Menschen dort zu erreichen, wo sie in Social Communitys Medien nutzen. Jutta Kramm, Leiterin des Fact-Checking-Ressorts beim

Recherchezentrum Correct!v, ergänzte, in sozialen Online-Netzwerken lasse sich feststellen, welche Themen von den klassischen Medien vernachlässigt würden.

Im Rückblick auf den Bundestagswahlkampf sagte Rike Woelk, eine dominierende Fake-News-Botschaft habe es nicht gegeben. Die stellvertretende Redaktionsleiterin von tagesschau.de, die auch für das Anti-Fake-News-Portal faktenfinder.tagesschau.de zuständig ist, urteilte, die Debatte, die durch den US-Wahlkampf ausgelöst worden sei, habe viel Aufklärung bewirkt. Dennoch gebe es sehr viele Gerüchte und Fake News mit einem „ganz klaren politischen Ziel“. Vor allem aus der rechtsextremistischen Ecke werde das Narrativ einer „verschworenen Elite aus Journalisten und Politikern“ aufgebaut. Diese Elite habe angeblich das Ziel, möglichst viele Migranten nach Deutschland zu holen, „um sozusagen das Volk auszutauschen“. Das alles werde mit falschen und aus dem Zusammenhang gerissenen Zitaten untermauert und diene dazu, Misstrauen zu säen. Für Entwarnung bestehe also kein Anlass.

Die Correct!v-Expertin Jutta Kramm sprach vom „Gift der kleinen Lügen“: Was sich in geschlossenen Facebook-Gruppen oder bei WhatsApp durch viele kleine Gerüchte „unterhalb des Radars“ verbreite, bezeichne sie als „hochtoxisch“. Mario Sixtus argumentierte, in Deutschland fehlten zwar bislang große Agitatoren wie die US-Plattformen von Breitbart oder Alex Jones' Infowars, die ein Millionenpublikum haben. Aber es gebe eine Menge kleinerer Akteure, die zu Desinformation und Verzerrung von Wirklichkeit beitragen.

Stephan Ruß-Mohl vermutete, vieles, was sich im Wahlkampf ereignet habe, sei noch gar nicht bekannt. Er sei sich nicht sicher, ob dabei nicht auch „in einem ganz erheblichen Umfang“ russische Propaganda eine Rolle gespielt habe. Es dürfe nicht alles auf russische Verschwörung zurückgeführt werden, wandte Stefan Niggemeier ein und bezeichne entsprechende Befürchtungen als Hysterie. Auch Jutta Kramm unterstrich, die Bot-Netze im Bundestagswahlkampf seien nicht auf Russland, sondern vor allem auf die „AfD oder AfD-nahe Kreise“ zurückzuführen. Wichtiger finde sie deshalb die Frage, was in den „dunklen vernachlässigten Ecken der Gesellschaft“ los sei, wenn dort die „Missinformation“ vorherrsche, dass uns eine Islamisierung drohe.

Filterblasen, die Vorurteile bestärkten, seien kein Produkt des Internets, sondern schon immer von den einzelnen Menschen selbst produziert worden, relativierte Mario Sixtus die These von Online-Echokammern. Allerdings stelle das Internet „hervorragende Mittel“ zum Bau solcher Filterblasen zur Verfügung. Die Fake-News-Debatten müssten auf die Frage zugespielt werden, warum gebildete Menschen – wie zum Beispiel im Fall der Brexit-Entscheidung – trotz eindeutiger Fakten Opfer von Propaganda würden, als handle es sich um einen esoterischen Irrglauben. Das sei keine Esoterik, sondern die Folge von politischem Versagen im Vorfeld, entgegnete Jutta Kramm. Alles in allem, so waren sich die Experten einig, sei die Faktenlage oft unübersichtlich. Das erleichtere es, Fakten in falschen Zusammenhängen zu präsentieren, was schließlich zu Desinformation führe.

Fact Checking alleine reiche nicht, meinte Stefan Niggemeier; Journalismus und gesellschaftlicher Diskurs seien wichtig, wo Fakten nicht alles erklären könnten. „Das ist eine Aufgabe für die gesamte Gesellschaft“, pflichtete ihm Rike Woelk bei. Fake News erzeugten Angst und Verunsicherung. Deshalb müssten dagegen schnell gesicherte Informationen angeboten werden. Stephan Ruß-Mohl formulierte ergänzend den Appell, Fact Checking solle von den klassischen Medien „durch Aufklärung über den Medienbetrieb selbst“ flankiert werden. Die Berichterstattung über das journalistische Arbeiten sei einerseits stark reduziert worden. Andererseits wunderten sich die Medienunternehmen, wenn im Internet für Qualitätsjournalismus kaum Zahlungsbereitschaft bestehe und viele Bürger glaubten, dass die Presse mit der Politik „Hand in Hand“ arbeite.

Mario Sixtus bezweifelte, dass die klassischen Medien den digitalen Wandel schon richtig begreifen. Wahrheiten basierten in bestimmten Nutzerkreisen nicht mehr auf Tatsachen, sondern seien soziale Konstrukte. Fakten spielten dabei „überhaupt keine Rolle mehr“. Umso wichtiger sei die Vermittlung von Medienkompetenz. Vor allem für Menschen „ohne großen Bildungsbackground“ fehlten geeignete Medienangebote. Das alleine reiche nicht aus, befürchtete Stephan Niggemeier. So mangle es beispielsweise bei den meisten Nutzern bereits am kritischen Bewusstsein darüber, was ihre Like- oder Share-Aktivitäten auslösen könnten.

Agieren und reagieren: Redaktionelle Antworten auf Hassbotschaften

**Ellen Wesemüller
No Hate Speech Movement Deutschland**

(Geringfügig überarbeitete Fassung des frei gesprochenen Worts)

Vielen Dank für die Einladung und die freundliche Vorstellung. Zur Ergänzung: Ich habe auch als Journalistin gearbeitet, bis August war ich Bildungsredakteurin im Berlin-Ressort beim „Neuen Deutschland“, vorher war ich als freie Journalistin vor allem in Print- und Online-medien tätig und kenne von daher beide Seiten des Problems der Hassrede im Netz.

Das No Hate Speech Movement Deutschland gibt es noch gar nicht so lange; es ist vom Euro-parat ins Leben gerufen worden. In Deutschland setzen das die Neuen deutschen Medienma-cher (NdM) seit etwas über einem Jahr in die Tat um.


Im ersten Jahr haben wir uns eigentlich mehr darum gekümmert, alle Initiativen, die bereits zu diesem Thema arbeiten, zusammenzubringen, eine Art Netzwerk aufzubauen und auch selbst Aufmerksamkeit zu generieren für das Problem im Netz. In diesem Jahr und auch in den beiden folgenden Jahren wollen wir uns mehr auf Journalistinnen und Journalisten konzentrieren, denn die sind ja – wie Herr Weber auch eingangs schon gesagt hat – selbst Zielscheiben des Hasses im Netz geworden.

Am Anfang ein paar ganz kurze einführende Worte zum dem Problem „Hate Speech“: Was ist überhaupt Hate Speech? Das ist weniger theoretisch, als man sich das am Anfang vorstellt, denn tatsächlich werden wir – und ich denke, das geht Ihnen nicht anders – fast in jedem zweiten Kommentar gefragt: Was ist denn überhaupt Hassrede? Warum wird hier zensiert? Gibt es nicht Meinungsfreiheit in Deutschland?

Da ist es relativ wichtig – und das ist gleich unsere erste Handlungsempfehlung für Redaktio-nen –, sich darüber auszutauschen, was für Sie Hate Speech ist. Leider gibt es keine allgemein gültige Definition; es ist in allen Ländern der Welt unterschiedlich. Die verschiedenen Rechts-systeme sanktionieren Hassrede auf unterschiedliche Art und Weise. Und in Deutschland gibt es keinen rechtlichen oder kriminologischen Begriff, der das abdecken würde.

Wir schlagen hier unsere Definition vor (*Abb. 1*), der Sie sich gerne anschließen, die Sie aber auch ändern können: Als Hassrede bezeichnen wir sprachliche Handlungen gegen Einzelper-sonen und/oder Gruppen mit dem Ziel der Abwertung oder Bedrohung aufgrund der Zugehör-igkeit zu einer benachteiligten Gruppe der Gesellschaft.

Ich möchte hier nur ganz kurz auf den ersten und den letzten Spiegelstrich eingehen. Wir sprechen hier von Sprache, es geht nicht um gewaltvolle Handlungen. Das ist ganz wichtig, selbst wenn das eine in das andere münden kann und auch manchmal mündet. Und der letzte Punkt ist ebenfalls ganz wichtig: Es geht nicht um Beleidigungen von jeder x-beliebigen Person; nicht jede x-beliebige Person ist Zielscheibe von Hass im Netz, sondern – das belegen Studien – es sind tatsächlich benachteiligte Gruppen, die die meisten Hasskommentare empfangen und aushalten müssen.



Was ist Hate Speech?

Als Hassrede bezeichnen wir

- sprachliche Handlungen
- gegen Einzelpersonen und/oder Gruppen
- mit dem Ziel der Abwertung oder Bedrohung
- aufgrund der Zugehörigkeit zu einer benachteiligten Gruppe der Gesellschaft

Abb. 1



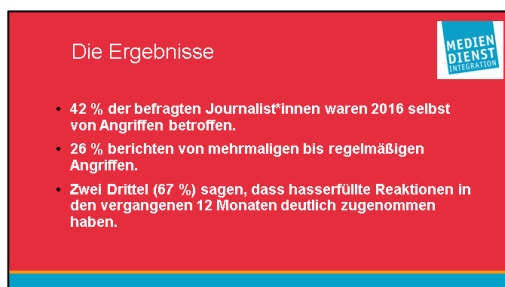
Beispiele für Hassrede sind:

- Sexismus
- (antimuslimischer) Rassismus
- Antisemitismus
- Antiziganismus
- Klassismus
- Ableismus
- Homo- und Transphobie

Abb. 2

Man könnte das Ganze auch ein bisschen sperriger, vielleicht aber konkreter anhand einer Liste aufzählen (Abb. 2). Beispiele für Hassrede sind für uns: Sexismus, antimuslimischer Rassismus, Antisemitismus, Antiziganismus, Klassismus (also die Abwertung „niedriger“ Schichten), Ableismus (Diskriminierung von Menschen mit Behinderung), Homo- und Transphobie. Das ist eine ziemlich hässliche Liste, und wahrscheinlich ist sie auch nicht vollständig. Aber sie zeigt schon mal die Schwierigkeit auf, der wir uns gegenüber sehen, wenn wir Hassrede im Netz bekämpfen wollen – nämlich: Es gibt keine einheitliche Definition.

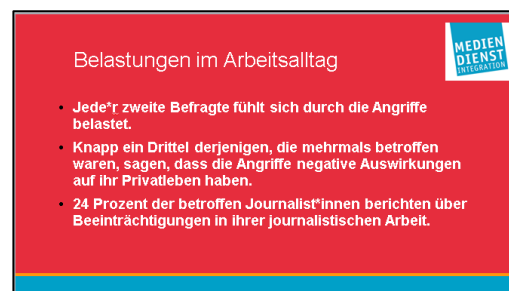
Was hat das Ganze mit Journalismus zu tun? Eine Menge. Der „Mediendienst Integration“ hat zusammen mit dem Bielefelder Institut für Konflikt- und Gewaltforschung im März eine Studie veröffentlicht, an der sich rund tausend Journalistinnen und Journalisten beteiligt haben und die zu sehr bedeutenden Ergebnissen kommt (Abb. 3). Zum Beispiel, dass 42 Prozent der befragten Journalistinnen und Journalisten im letzten Jahr selbst von Angriffen bedroht waren, 26 Prozent sogar mehrmals, und Zweidrittel sagen, dass die hasserfüllten Reaktionen 2016 deutlich zugenommen haben.



Die Ergebnisse

- 42 % der befragten Journalist*innen waren 2016 selbst von Angriffen betroffen.
- 26 % berichten von mehrmaligen bis regelmäßigen Angriffen.
- Zwei Drittel (67 %) sagen, dass hasserfüllte Reaktionen in den vergangenen 12 Monaten deutlich zugenommen haben.

Abb. 3



Belastungen im Arbeitsalltag

- Jede*r zweite Befragte fühlt sich durch die Angriffe belastet.
- Knapp ein Drittel derjenigen, die mehrmals betroffen waren, sagen, dass die Angriffe negative Auswirkungen auf ihr Privatleben haben.
- 24 Prozent der betroffenen Journalist*innen berichten über Beeinträchtigungen in ihrer journalistischen Arbeit.

Abb. 4

Das hat natürlich Auswirkungen (Abb. 4): Jeder zweite Befragte fühlt sich durch die Angriffe belastet, und da spielt es auch gar keine Rolle, ob er oder sie selber diesen Angriffen ausge-

setzt war oder „nur“ der Kollege/die Kollegin nebenan. Knapp ein Drittel derjenigen, die diesen Angriffen ausgesetzt waren, sagen, dass sie negative Auswirkungen auf ihr Privatleben haben, und 24 Prozent berichten über die Beeinträchtigung ihrer Arbeitsfähigkeit.

Was sind die redaktionellen Maßnahmen, die bisher laut dieser Umfrage ergriffen wurden (Abb. 5)? Man kann gleich vorweg sagen: nicht viele. 51 Prozent dieser Journalisten sagen, dass das in den Redaktionen nicht thematisiert wird; bei der Mehrheit fällt das Thema einfach hinten 'runter. Einen regelmäßigen Austausch gibt es bei 37 Prozent, das ist die größte Gruppe, und 33 Prozent sagen, es gebe keinerlei Angebote von Hilfestellung. Juristischer Beistand wird auch nur 23 Prozent gewährt, und nur 17 Prozent der Redaktionen haben tatsächlich eine zusätzliche Stelle geschaffen für die Kommentarmoderation.

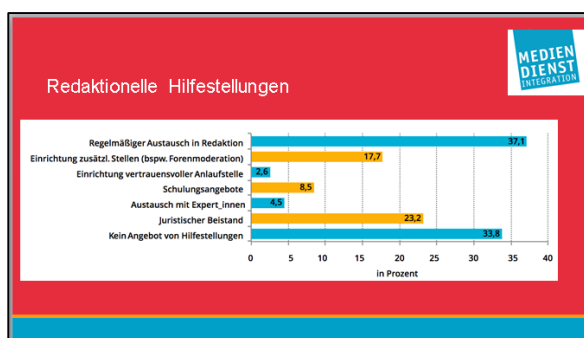


Abb. 5



Abb. 6

Hate Speech ist nicht nur persönlich sehr unerfreulich und politisch fatal, sondern es liegt tatsächlich ja auch in der Verantwortung der Redaktionen, für die Inhalte zu bürgen. Es scheint sich ein Menschenrecht auf Kommentieren eingeschlichen zu haben in die Köpfe der User/innen. Dem ist aber nicht so. Sie wissen es selber besser, ich sage es trotzdem noch mal: Kommentieren oder nicht kommentieren – diese Entscheidung liegt allein in der Hand der Redaktionen; das ist ein freiwilliges Angebot, das genauso gut wieder rückgängig gemacht werden kann. Es können auch unbeliebte Meinungen einfach so gelöscht werden, auch ohne Begründung, das ist rechtlich erlaubt. Es ist vielleicht nicht immer hilfreich. Hilfreicher wäre es wahrscheinlich, eine Netiquette aufzustellen – also ein Regelwerk, entlang dessen man Beiträge im Zweifelsfall löscht. Aber – wie Sie hier sehen (Abb. 6) – dieser User steht für eine sehr breite Mehrheit, die denkt, ihr Recht auf Meinungsfreiheit werde damit abgeschafft, dass sie nicht mehr kommentieren darf.

Die Redaktionen sind laut Rundfunkvertrag dafür verantwortlich, sämtliche Inhalte auf ihre Rechtmäßigkeit hin zu überprüfen, und das gilt nicht nur für die Kommentare auf der Homepage, sondern auch für die Kommentare in den sozialen Medien. Und da kommen wir zum nächsten Problem, weil es Redaktionen gibt wie Focus online, die über 20.000 Kommentare pro Tag bearbeiten müssen, was dann selbst mit einer zusätzlichen Stelle auch nicht so einfach zu machen ist.

Wir als No Hate Speech Movement haben uns jetzt eine Art Leitfaden überlegt. Das ist noch ein Entwurf. Wir haben festgestellt, es gibt tatsächlich keine praktische Handreichung für

Journalistinnen und Journalisten in diesem Bereich. Wir möchten den Leitfaden bis Ende des Jahres weiterentwickeln, gerne auch mit Ihrer Hilfe. Wenn Sie also Anmerkungen haben, können Sie sich an mich wenden.

Es gibt zwar nichts, was vor Hass im Netz schützt. Aber es gibt doch einiges, was Redaktionen machen können, um sich da besser aufzustellen, bevor das Ganze losgeht, oder auch im Shitstorm schlauer agieren zu können, als viele das bisher tun. Wir haben dazu ein paar Punkte aufgelistet (Abb. 7): „Solidarität“ und „Integrität“ meint eine generelle Haltung seitens der Chefredaktion oder der Geschäftsleitung, dass es Hass im Netz gibt und dass das auch proaktiv angesprochen wird und es nicht an den Betroffenen liegt, sich die Zeit freizuschaukeln oder den Mut aufzubringen, hinzugehen und es anzusprechen.

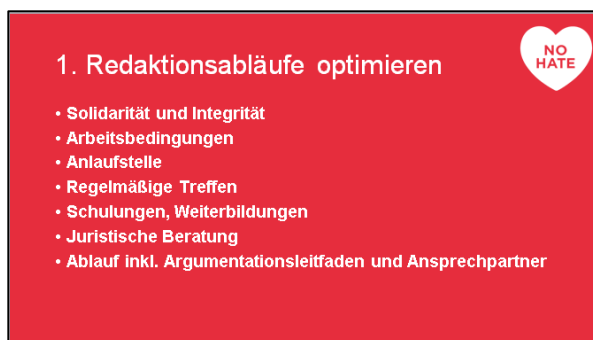


Abb. 7



Abb. 8

„Arbeitsbedingungen“: ein ganz wichtiger Punkt. Hier sind ja auch viele Gewerkschafter vertreten, Sie haben gesehen: Nur 17 Prozent der Redaktionen haben eine zusätzliche Stelle geschaffen; es ist aber de facto nicht zu leisten, eine Kommentarmoderation neben der eigentlichen Arbeit zu gewährleisten. Man sollte sich als Verlag ganz ehrlich fragen: Kann man personell aufstocken? Und wenn man diese Frage mit Nein beantwortet, dann sollte man überlegen, Kommentare ganz, zeitweise oder für einen Themenbereich abzuschalten.

Es empfiehlt sich zudem, eine Anlaufstelle einzurichten für von Hate Speech Betroffene in den Redaktionen; es empfiehlt sich, regelmäßige Treffen einzuberufen, Schulungen, Weiterbildung, juristische Beratung anzubieten und, ganz wichtig: Man kann einen Ablaufplan festlegen und für alle einsehbar ins Intranet legen, der zum Beispiel Argumentationsketten der Hater/innen und schon mal ein paar exemplarische Antwortmöglichkeiten aufnimmt, so dass man im Fall der Fälle nicht geschockt davorsteht.

Das ist die Prävention vor dem Shitstorm. Wenn es dennoch losgeht, empfiehlt es sich auf jeden Fall zu schauen, wer das ist, der da hetet. Man sollte sich die verschiedenen Trolltypen einmal ansehen. Denn nicht immer lohnt es sich, in sehr tiefgreifende Diskussionen einzusteigen. Ein paar Typen würde ich Ihnen gerne anhand von einigen Beispielen vorstellen.

Der Typ „Mitläufer“ (Abb. 8) zeichnet sich dadurch aus, dass er sich oft hinter einer Meinung versteckt, die bereits geäußert wurde („stimmt, recht hat er!) oder auch oft mit Werten argumentiert („Ich habe noch nie eine Demo von Muslimen gesehen, die bei uns für unsere Grund-

werte, unsere Demokratie auf die Straße gegangen sind“). Wie kann man hier antworten? Das ist tatsächlich ein Fall, in dem man sagen kann: Den Menschen dort abholen, wo er steht. Wer mit Werten argumentiert, mit dem kann man auf gleicher Ebene versuchen zu argumentieren und ihn mit seinen Widersprüchen zu konfrontieren. Die „Welt“ macht das oft sehr vorbildlich, und die antwortet hier eben genauso: „Was hat ein unbescholtener und gut integrierter Migrant aus Anatolien mit der Terrormiliz zu tun? Warum muss sich eine iranische Büroangestellte aus dem Ruhrpott von dem Terror dieser versprengten Wirrköpfe distanzieren? P.S. Nur aus Interesse: Hast Du Dich eigentlich bereits von den Nazis aus Heidenau distanziert?“

Ein Typ, den wir auch heute Morgen schon kennengelernt haben, ist der Typ „Verschwörungstheoretiker“. Da gibt es ein oft sehr geschlossenes Weltbild, und es wird viel mit den gleichen Quellen argumentiert. Hier ist ein Beispiel, um diesen Typus zu illustrieren, dabei handelt es sich jedoch noch nicht um Hate Speech (Abb. 9): „Wer Ken Jepsen zur Querfront zählt, unterliegt dem Fehler nur über ihn gehört oder gelesen zu haben, anstatt von ihm zu lesen oder zu hören. Wer regelmäßig KenFM sieht und sich mit den Themen auseinandersetzt, der findet diese Diffamierung nur noch amüsant.“ Wie kann man reagieren? Man kann bei Verschwörungstheoretikern einmal versuchen, valide Belege für Behauptungen anzufordern oder eigene Quellen entgegenzustellen; aber oft hilft auch nur humorvolles Antworten, wie Spiegel Online das hier macht: „Genau, denn wie wir alle wissen, sagt Ken Jepsen die Wahrheit, während die bösen Systemmedien von den Reptiloiden aus dem Bundeskanzleramt ferngesteuert werden. Oder so.“



Abb. 9

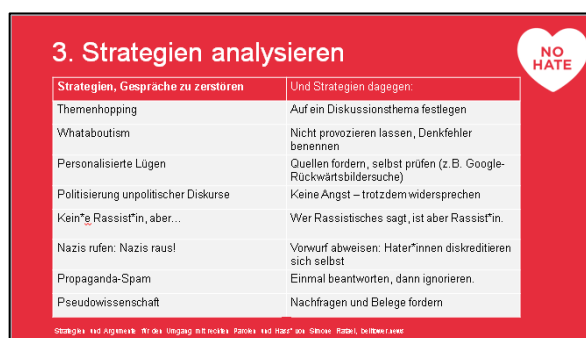


Abb. 10

Also: Die Profile angucken und schauen, wie die Leute agieren im Netz und entsprechend die Antwort darauf einstellen. Das Nächste, was man machen kann, ist, die verschiedenen Strategien zu analysieren, die Menschen benutzen, um Gespräche zu zerstören (Abb. 10). Die ähneln sich auch sehr, und man kann diese Strategien in der Antwort einfach benennen. Das machen wir auch ganz oft. Zwei, drei Beispiele will ich hier aufnehmen. Das Themenhopping: Der Artikel geht um das eine Thema, aber der/die Hater/in sagt: Was ist denn mit dem anderen Thema?

Lügen und Propaganda sind weitere Beispiele. Ein Beispiel zur Strategie „Lügen“ aus einem Kommentar an Extra 3: „Ja, stellt mehr Frauen bei den Öffentlich-Rechtlichen ein. Der Durchschnittslohn liegt eh bei 6000 Brutto, macht 'n Kaffeekranz draus wie in der Politik und in Ham-

burg oder So ‚Lustige‘ Sachen wie hier für noch mehr Geld an Werbeeinnahmen... Macht alles immer mehr Sinn!“ Reaktion auch hier: Quellen einfordern, eigene Quellen entgegenstellen, gerne natürlich auch mit Humor. Extra 3 sagt: „Wenn Sie das Handy noch mal zur Hand haben, dann kopieren Sie doch bitte die Quelle über das Durchschnittsgehalt hier hinein. Wir sind sehr interessiert!!!“

Und noch mal das Beispiel „Themenhopping“ oder „Whataboutism“ aus einer Zuschrift an sueddeutsche.de: „Es gibt auch massive Probleme mit linksextremen ‚Fans‘, auch darum gilt es sich zu kümmern.“ Und die „Süddeutsche Zeitung“ benennt die Strategie: „Der Satz ‚Aber die Linken machen auch Probleme‘ ist ein solch schöner Klassiker! Der macht uns jedes Mal Freude. Leider hilft er nicht wirklich weiter.“

Was kann man selber machen, wenn man den Hater/innen antwortet (Abb. 11)? Da ist es ganz wichtig, am Anfang sich selbst zu fragen: Warum antworten wir denn überhaupt? Wir vom No Hate Speech Movement Deutschland sagen, wir antworten nicht in erster Linie den Hatern, es geht uns nicht darum, diese pädagogisch oder politisch zu erziehen (wenn einige von uns Lust darauf haben, machen sie das natürlich trotzdem), aber hauptsächlich geht es uns darum, die Solidarität mit den Betroffenen zu zeigen. Und darum, der schweigenden Mehrheit zu zeigen, dass sie nicht alleine ist und dass die Hater, die sich unter den Kommentarspalten sammeln, nicht in der Mehrheit sind.



Abb. 11

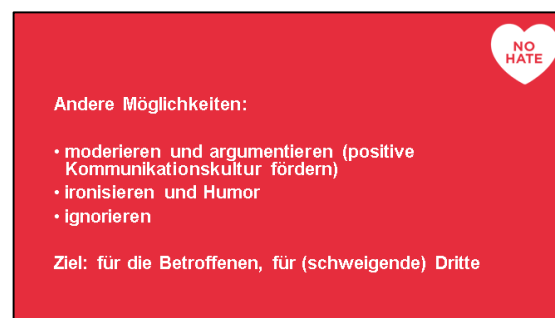


Abb. 12

Es gibt verschiedene Dinge, die man tun kann. Man kann das Ganze auch ignorieren, das spart sehr viel Nerven. Allerdings stehen die Hasskommentare dann weiterhin unkommentiert da. Man kann sehr restriktiv reagieren, mit Sperren, das ist nicht nur erlaubt, sondern oft auch sinnvoll. Wir haben hier ein schönes Beispiel der „Welt“ herausgegriffen, die begründet, warum sie gesperrt hat: „Wir haben M. G. gesperrt. Und an alle anderen hier, die diesen Vorfall dazu nutzen, ihren Hass auf ganze Glaubensgemeinschaften, Nationalitäten und Personen-gruppen in die Kommentare zu speien: Ihr seid hier nicht willkommen. Wir geleiten euch mit Freude zur Tür und wollen euch hier nie wiedersehen. Alle anderen, die hier in Ruhe und ohne Hetze diskutieren wollen, sind darüber sicher sehr dankbar.“

Man kann auch nicht nur für sich selber oder seine Kollegen sprechen, sondern man kann sich auch solidarisieren, das ist ein ganz wichtiger Punkt. So wie Spiegel TV das macht: „Liebe Erdogan-Fanboys, wir die ‚verlogenen Hurensöhne‘ von Spiegel TV, die, gestern den türkischen

Präsidenten diffamiert‘ und ‚mit Scheiße übergossen‘ haben sollen, wir ‚Marionetten‘ und ‚Rassisten‘, die ‚kein Mensch in der Türkei vermisst‘, wir Lügner, die ‚Schauspieler bezahlt haben‘, um den ‚bösen bösen Erdogan schlecht darzustellen‘, teilen höflichst mit, dass wir gestern gar keine Sendung hatten. Aber wir erklären uns einfach mal solidarisch mit den Kollegen von stern TV.“

Mit Vorsicht zu genießen ist die Strategie „Zurückpöbeln“. Das juckt einen natürlich immer in den Fingern und verschafft auch umgehende Befriedigung. Allerdings lässt man sich dann auf die Ebene der Leute herab und macht sich dadurch angreifbar. Wir aber wollen mit gutem Beispiel vorangehen und versuchen, das möglichst zu vermeiden. Aber es kann auch mal zu Erfolgen kommen. Vielleicht kennen Sie das Beispiel von Dunja Hayali, die einem Hater in genau der gleichen Weise geantwortet, wie er ihr geschrieben hat. Das vorzulesen, erspare ich Ihnen jetzt. Aber derjenige hat sich tatsächlich im Anschluss entschuldigt. Das hatte anscheinend eine Wirkung.

Sehr gut ist immer, zu argumentieren und gute Kommunikationskultur zu fördern (Abb. 12) oder mit Ironie und Humor zu antworten. Man sollte sich aber auch, wenn es genug ist, nicht davor scheuen, Leute zu sperren und auch rechtliche oder andere Wege einzuleiten. Das habe ich hier mal zusammengefasst (Abb. 13).



Abb. 13

Abb. 14

Es gibt keinen deutschen juristischen Begriff für Hate Speech, aber es gibt eine Reihe von Straftatbeständen, die dem sehr nahe kommen, zum Beispiel der der Volksverhetzung. In solch einem Fall kann man sich als Redaktion überlegen, Strafanzeige bei der Polizei oder der Staatsanwaltschaft zu erstatten; das geht inzwischen in den meisten Bundesländern auch online. Wichtig ist dann, dass man das alles vorher mit einem Screenshot gesichert hat. Man kann den zivilrechtlichen Weg gehen, der geht meist schneller, und/oder kann man diesen Post auch bei den sozialen Netzwerken melden, denn die sind nach dem Netzdurchsetzungsgesetz ja verpflichtet, darauf zu reagieren. Sie müssen nicht proaktiv suchen, aber auf das reagieren, was gemeldet wurde.

Die einzelnen Redaktionen gehen sehr unterschiedlich damit um, haben wir erfahren. Das sind jetzt Ergebnisse von unserem Projekt-Partner „#ichbinhier“, einer Facebook-Gruppe, die sich verabredet, um auf Hasskommentare zu reagieren. Der Kommentar „*Knallt die Niggerbande einfach ab*“ stand zum Beispiel 26 Stunden so auf Focus online. Das hat einmal damit

zu tun, dass es dort ein sehr großes Kommentaraufkommen gibt, aber auch damit, dass es keine aktive Kommentarmoderation gibt.

Wir können das so zusammenfassen (*Abb. 14*): Negative Emotionen sind für viele einfach ein Geschäftsmodell. Auf Facebook verdienen die Medien zwar nichts, nur bei dem Traffic auf die Webseite fließen dann Gelder für Werbeeinnahmen, was dazu führt, dass dann viele Posts emotional angeteasert werden und wiederum Hassrede provozieren. Die Betreuung der Kommentarspalten hört nicht freitags um Fünf auf, es muss eben auch eine Form von Betreuung am Wochenende geben, die gesichert ist.

Wie man es auch nicht machen soll: Quantität statt Qualität – einfach alles raushauen, was geht, und dann nicht mehr hinterherkommen, es zu moderieren. Oder eine sehr hohe Zahl von emotional aufgeladenen Themen wie „Ausländerkriminalität“ posten mit reißerischen Headlines oder faktenleere Artikel. Oft gibt es keine Person, die das moderiert; es wird ausschließlich Filtersoftware eingesetzt. Das merken Leute relativ schnell, und man kann die Filter auch leicht umgehen. Manche Redaktionen haben eine Netiquette, aber sie wird kaum eingehalten. Oder sie ist irgendwo versteckt, dann nützt sie natürlich auch nichts.

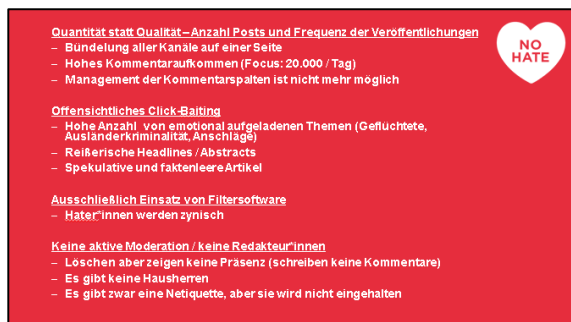


Abb. 15

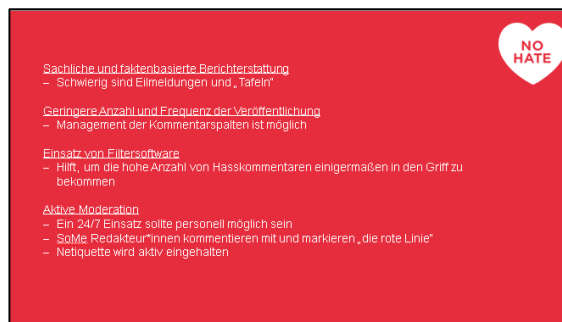


Abb. 16

Wie soll man's machen (*Abb. 16*)? Sachlich und faktenbasiert berichten. Schwierig wird das bei Eilmeldungen oder auf Tafeln, also kleine Kästen, die man postet. Wir haben den Eindruck gewonnen, dass solche Kurztexthe die User sehr zu Spekulationen einladen. Eine geringe Zahl von Veröffentlichung hilft immer, um die Kommentare besser zu managen. Auf Filtersoftware verzichten kann man – besonders bei hohem Kommentaraufkommen – wahrscheinlich nicht mehr; aber man muss ihr immer eine aktive Moderation an die Seite stellen, um die rote Linie der Redaktion zu verdeutlichen.

Wir unterstützen die Redaktionen sehr gerne, einmal mit diesem Leitfaden, den wir drucken und im Netz zugänglich machen wollen, mit „Train the Trainer“-Workshops, die wir in diesem Jahr schon dreimal angeboten haben für verschiedene Regionen – um Leute fortzubilden, die dann in den Redaktion selbst ihre Kolleginnen und Kollegen schulen. Wir haben zudem das Glossar, das Sie vielleicht schon kennen: „Formulierungshilfen für die Berichterstattung im Einwanderungsland“, weil es wichtig ist, achtzugeben auf eine eigene, diskriminierungsfreie Sprache. Und wir helfen in der Vermittlung von zusätzlichen Hilfsangeboten.

Danke fürs Zuhören!

Agieren und reagieren: Redaktionelle Antworten auf Hassbotschaften

Diskussion mit:

Dr. Wiebke **Loosen**, Hans-Bredow-Institut, Hamburg
Heinrich Maria **Löbbers**, Sächsische Zeitung, Dresden
Alexander **Völkel**, Nordstadtblogger, Dortmund
Prof. Dr. Andreas **Vogel**, Autor #wortgewalt(ig), Köln
Ellen **Wesemüller**, No-Hate-Speech-Movement/NdM, Berlin

Zusammenfassung: Prof. Dr. Matthias **Kurp**,
HMKW Hochschule für Medien, Kommunikation und Wirtschaft, Köln

Hassbotschaften, Hetze und Propaganda führen dazu, dass im Internet Kommentarfunktionen und soziale Online-Netzwerke für dissoziale Debattenbeiträge missbraucht werden. Zentrales Thema der zweiten Panel-Diskussion war die Frage, wie Redaktionen so wirkungsvoll auf Hate Speech und Störer („Trolle“) reagieren können, dass beleidigende, verleumderische oder gar zu Hass, Hetze und Gewalt aufstachelnde Nutzerkommentare unterbunden werden.

Leserkommentare seien grundsätzlich eine große Chance, betonte Andreas Vogel. Der Leiter des Wissenschaftlichen Instituts für Presseforschung und Publikumsanalysen kritisierte, die meisten Redaktionen machten sich zu wenig Gedanken darüber, wie die neuen Online-Kommunikationsräume strukturiert werden sollten. Facebook sei ein Kommunikationsraum, den Verlage nicht kontrollieren könnten. „Wenn ich in einer Rabauken-Kneipe eine Podiumsdiskussion veranstalte, muss ich mich nicht wundern, was ich für Kommentare erhalte“, brachte der außerplanmäßige Professor der Universität Bamberg das Problem auf den Punkt. In den Kommentarspalten von Zeitungs-Websites hingegen gebe es Alternativen: Nutzer-Kommentare ließen sich löschen, moderieren oder nur für Abonnenten freigeben.

Wiebke Loosen erläuterte Algorithmen, die dazu beitragen sollen, künftig automatisch Nutzerkommentare mit wertvollem Feedback zu erkennen. Die Mitarbeiterin des Hans-Bredow-Instituts und Privatdozentin der Universität Hamburg arbeitet gemeinsam mit Informatikern an Kriterien für positive Nutzerkommentare, damit Hassbotschaften mit Hilfe von Software automatisch ausgeblendet werden können. Bei der Bewertung von „wertvollem Feedback“ aber gebe es viele Grenzfälle, was die Ableitung von Regeln für Algorithmen schwierig mache. Die inhaltliche Bewertung von Kommentaren sei deshalb noch problematisch, eine Vorsortierung aufgrund von Themen und Akteuren aber immerhin möglich. Heinrich Maria Löbbers, Mitglied der Chefredaktion der „Sächsischen Zeitung“, berichtete, er habe sich eine ähnliche

Software vor zwei Wochen bei der „New York Times“ angeguckt. Für deutsche Regionalzeitungen lohne sich das noch nicht.

Angesichts der Datenfülle im Internet, so prognostizierte Wiebke Loosen, seien bald alle Medienunternehmen auf eine automatisierte Analyse von Nutzerkommentaren im Internet angewiesen. Zurzeit werde in diesem Bereich sehr viel Neues entwickelt. Ellen Wesemüller, die das Projekt „No Hate Speech“ bei den Neuen deutschen Medienmachern (NdM) leitet, skizzierte ein Kooperationsprojekt mit der Freien Universität Berlin: Die Deutsche Forschungsgemeinschaft fördere ein Vorhaben, bei dem binnen dreier Jahre selbstlernende Algorithmen entwickelt werden sollten, um Hassrede zu identifizieren.

Heinrich Maria Löbbers reagierte besorgt. Es mache ihm „ein bisschen Angst, wenn Künstliche Intelligenz darüber entscheidet, was veröffentlicht wird und was nicht“. Er halte es vielmehr für wichtig, aktiv mit den Verfassern unerwünschter Kommentare ins Gespräch zu kommen und beispielsweise den Kontakt zu „renitenten Leserbriefschreibern“ zu suchen. Angst vor Hate Speech dürfe nicht dazu führen, deren Verfassern aus dem Weg zu gehen. Löbbers berichtete, bei vielen Themen könne online keine Kommentarfunktion mehr angeboten werden, weil dies Hass und Hetze schüre. Um sich dennoch mit solchen Nutzern auseinanderzusetzen, die an der Unabhängigkeit der Presse zweifelten, habe seine Redaktion unlängst „eine Art Leserplenum“ eingeführt. Bei solchen Gesprächsangeboten werde zwar viel Frust und Ärger der Leser/innen spürbar, aber die Nutzer „seien noch nicht verloren“.

Bei der Experten-Diskussion wurde deutlich, wie wichtig es für Redaktionen ist, mit skeptischen Rezipienten ins Gespräch zu kommen. Allerdings werden einige Journalisten nicht nur beleidigt, sondern sogar bedroht. Heinrich Maria Löbbers berichtete, bei den Pegida-Demonstrationen setze seine Redaktion aus Sicherheitsgründen nur noch Zweier-Teams ein. Alexander Völkel, einer der Gründer des hyperlokalen Dortmunder Online-Portals nordstadt-blogger.de, sagte, sein Team führe mittlerweile Listen, in denen vermerkt sei, „hinter welchem Twitter-Account sich welche Neonazis und AfD-Funktionäre verbergen“. Nordstadt-blogger sahen sich sogar mit Todesdrohungen konfrontiert.

Im Fall von Hassbotschaften und Volksverhetzung empfahl Andreas Vogel, als Beleg Screenshots zu machen und anschließend nicht etwa die Polizei, sondern gleich die Staatsanwaltschaft zu informieren. Außerdem sei es sinnvoll, die Community bei fremdenfeindlichen und rechtsradikalen Kommentaren so früh wie möglich über die Verfasser von Hate Speech aufzuklären. So lasse sich direkt aus den sozialen Online-Netzwerken heraus Protest gegen Hass und Hetze mobilisieren.

Noch fehlt es bei vielen Online-Kommentaren an einer zivilen Kommunikationskultur. Wiebke Loosen machte darauf aufmerksam, auch Leser hätten ein großes Interesse an gehaltenen Nutzerkommentaren. Alles, was die Beziehungen zwischen Redaktion und Rezipienten stärke, sei Gold wert, argumentierte Andreas Vogel. Heinrich Maria Löbbers äußerte in diesem Zu-

sammenhang Zweifel an Versuchen, auf Hass und Hetze im Internet mit Ironie zu reagieren. Die Folge könne eine Eskalation sein. Ellen Wesemüller erwiderte, manchmal helfe sachliche Argumentation alleine nicht. Dann könne Humor, der viele Likes und Sympathien mobilisiere, helfen, Hate Speech zu entlarven.

Als Grund für den rauen Ton, der bei vielen öffentlichen Online-Debatten inzwischen herrscht, nannte Andreas Vogel die Tatsache, dass viele Smartphone-Nutzer aus dem privaten „Schutzraum“ heraus fremde Inhalte kommentierten. Dann fehle ihnen das Bewusstsein dafür, dass einzelne Nutzerkommentare online zum Teil der Öffentlichkeit würden.

„Wir müssen uns als Gesellschaft über kommunikative Grundlagen verständigen“, lautete die Ansicht von Wiebke Loosen. Weil der Journalismus als „Verkünder von Wahrheiten“ an Akzeptanz verliere, müssten Redaktionen mehr Wert auf das Vergleichen und Bewerten von Wahrheiten legen.

Schlusswort und Ausblick

Ulrike Kaiser, IQ-Sprecherin

Das Herbstforum ist fast zu Ende, das neunte bisher seit 2001.

Schon im Februar hatten wir im IQ-Arbeitskreis dafür ein Thema ausgewählt, das seitdem viele Gesprächsrunden, Tagungen und Konferenzen beschäftigt hat: Lügen und Hass im Netz. Fast jede Woche erreichte mich ein Terminhinweis zum gleichen oder ähnlichen Thema. Sie können sich vorstellen, dass mit jeder neuen Einladung, mit jedem neuen Tagungsangebot meine Sorge wuchs: Gelingt es uns, bei allem notwendigen generellen Diskurs über dieses wichtige Thema, noch eigene Aspekte in der Diskussion zu finden, neue Schwerpunkte und Impulse? Ob es uns gelungen ist – das Urteil überlasse ich Ihnen.

Unser Schwerpunkt war und ist jedenfalls das Stichwort „Qualität“. Qualität im journalistischen Alltag. Und die Erkenntnis, dass wir nur mit Qualität unsere gesellschaftliche Rolle langfristig sichern werden. Mit Qualität in der Recherche, in der Themenauswahl, in der Darstellung. Und Qualität im Umgang mit dem Publikum, Stichworte: Fairness und Transparenz.

Das ist leicht gesagt. Und weniger leicht umzusetzen im redaktionellen Alltag. Das haben wir heute mehrfach erfahren. Wie unterscheiden wir zwischen Lüge, Gerücht, Propaganda auf der einen und unabhängig recherchierter Information auf der anderen Seite? Schlichtes journalistisches Handwerk der Quellenprüfung, Recherche, Verifikation, sollte man meinen. Aber wir haben auch erfahren: In Zeiten redaktioneller Einschränkungen und Einsparungen auf der einen und alarmistischer, aufgeheizter Stimmung und Postings im Sekundentakt auf der anderen Seite ist das nicht einfach. Und wenn es gelingt: Wie dringt man mit den gesicherten Erkenntnissen durch bei jenen, die ihren vermeintlichen Freunden im Netz eher glauben als den professionellen Medien?

Und wie gestaltet man die Kommunikation mit dem Publikum in Zeiten der rauen Töne, der Beschimpfungen, Bedrohungen, all des Hasses, der sich Luft macht in den Kommentarspalten und in den Netzwerken, die dann alles andere sind als soziale Netzwerke? Wie gelingt es den Redaktionen, Trolle und Bots zu vergrämen und zugleich die konstruktive Kritik von Lesern, Hörerinnen und Zuschauern zu fördern? Hat die differenzierte Meinungsäußerung überhaupt noch eine Chance, wahrgenommen zu werden zwischen Shitstorms und Pöbeleien?

Und was hat das alles mit der Glaubwürdigkeit der Medien zu tun? Mit jener Glaubwürdigkeit, die gemeinhin und zu Recht als unser größtes Kapital bezeichnet wird, als Zukunftsfaktor, der unser aller Existenz sichern soll?

Wir sind heute nicht bei Fragen stehengeblieben. Unsere Referentinnen und Referenten haben Antworten gewagt, Anregungen vermittelt, uns an ihren Erfahrungen und Erkenntnissen teilhaben lassen. Aus ganz unterschiedlichen Medien- und Arbeitsbereichen. Dafür ihnen allen ein herzliches Dankeschön! Und ein ebenso herzliches Dankeschön an Moderator Werner Lauff, der auf diese Antworten und Anregungen neugierig war und sie eingeordnet hat. In guter journalistischer Tradition, lieber Herr Lauff.

Ich hoffe, Sie nehmen von diesem Herbstforum einige Anregungen mit. Für ihren eigenen journalistischen, für den redaktionellen Alltag.

Und doch weiß ich eines: Wenn wir morgen unseren Facebook-Account öffnen oder wenn wir die Leserkommentare auf welt.de, Focus, Spiegel oder ZDF oder wo auch immer lesen – dann wird uns wieder diese Ratlosigkeit beschleichen. Wie kommt es zu all dem Hass in unserer bisher so liberalen Gesellschaft, die sich ihrer zivilen Umgangsformen, ihrer Humanität rühmte? Wieso fallen scheinbar aufgeklärte Zeitgenossen – inzwischen auch aus unserem persönlichen Umfeld – auf plumpe Desinformation herein? Und werfen ihrerseits den professionellen Medien Desinformation vor?

Ich will die heutige Diskussion darüber nicht erneut eröffnen. Ich glaube nur, dass sie auch mit der 150. Tagung zum Thema nicht beendet sein würde. Wir werden diese Debatte weiter führen und uns ihr stellen müssen. Und unsere Palette an Instrumenten, an Strategien, Tipps und Tricks systematisch erweitern.

Apropos Instrumente und Tricks:

Ich weiß nicht, ob es an der Tatsache liegt, dass bald ein neuer Asterix-Band erscheint. Ich musste jedenfalls bei der Vorbereitung dieser Tagung häufiger an ein kleines gallisches Dorf denken, das sich trickreich gegen die Bedrohungen von außen wehrt.

Gegen solche unangenehmen Typen beispielsweise wie Tullius Destructivus, der mit galligrün gefärbten Sprechblasen nichts anderes im Sinn hat als Zwietracht zu säen und damit einen „Streit um Asterix“ auszulösen. Oder gegen einen vermeintlichen „Seher“ und Wahrsager namens „Lügfix“, der mit seinen Fakes die Naivität der gallischen Dorfbewohner ausnutzt. Oder gegen Heuchlerix, der am Rande einer „Tour de France“ gegen Geld alle Moral über den Haufen wirft und sich letztlich selbst als Opfer der Verhältnisse sieht.

Das kleine gallische Dorf geht bekanntermaßen aus all diesen Anfeindungen siegreich hervor. Und feiert abschließend ein großes Fest. Zu verdanken haben sie das der List und Klugheit eines Asterix. Der handfesten Durchsetzungskraft und geballten Energie eines Obelix. Und einem Zaubertrank, der magische Kräfte verleiht – ein Rezept des weisen Druiden Miraculix.

Dessen Rezept bleibt leider ein Geheimnis. Wir werden es nicht ergründen. Aber wir befinden uns auch nicht in einem kleinen gallischen Dorf. Wir befinden uns in einem globalen digitalen Dorf. Das gilt es für uns zu gestalten und zu verteidigen. Mit List und Klugheit, mit Durchsetzungskraft und Energie. Und natürlich mit Professionalität und Qualität. Auf dass keiner sagen kann: Die spinnen, die Journalisten ...

In diesem Sinne hoffe ich auf weitere Abenteuer in diesem globalen Dorf, auf siegreiche Auseinandersetzungen mit all den Destruktiven, Lügnern und Heuchlern, denen wir im Netz begegnen. Und auf eine professionelle Solidargemeinschaft, die dann und wann, wenn schon nicht zu einem großem Abschlussfest, so doch zu Begegnung und Erfahrungsaustausch zusammenkommt.

Zum Beispiel alle zwei Jahre hier im Deutschlandradio, dem ich herzlich danke für Gastfreundschaft, für Technik, für organisatorische Hilfe im Hintergrund aus der Pressestelle. Ich danke allen, die an der Vorbereitung des Forums mitgewirkt haben, den Unterstützern aus BDZV, DJV, dju, NRZ-Stiftung und Landesanstalt für Medien NRW. Ein herzliches Dankeschön an Erika Hobe, die über das Tagungsbüro hinaus die Planungsphase perfekt begleitet und organisiert. Und an Matthias Kurp, der alles immer so treffsicher und zusammenfassend auf den Punkt bringt.

Und nicht zuletzt danke ich Ihnen allen, für Ihre Teilnahme, für Ihr Interesse, für Ihre Beiträge. Und für Ihre Geduld mit einem Schlusswort, das hiermit beendet ist. Ich wünsche Ihnen einen angenehmen Nachhauseweg.

In gut zwei Wochen hören Sie dann noch mal von uns: Dann stellen wir unsere Tagungsdokumentation ins Netz.

Arbeitsmaterial: Ausgewählte Beiträge

Thema Glaubwürdigkeit/Vertrauen

Tanjev **Schultz** u. a.: Erosion des Vertrauens zwischen Medien und Publikum? Studie, veröffentlicht in Media Perspektiven 5/2017

Kim **Otto**/Andreas **Köhler**: Eurobarometer-Auswertung der Uni Würzburg: Vertrauen in die Medien so hoch wie nie; Bericht auf EJO

JIM 2014: Jugend, Information, (Multi-) Media. Basisstudie zum Medienumgang 12- bis 19-Jähriger in Deutschland (pdf)

Thema Faktencheck

Initiativen: ARD: Faktenfinder, BR Verifikation/ Fact Fox
Correct!v Fact-Checking
First Draft Coalition
mimikama
stimmtDas.org
Bildblog
übermedien

Überblick: zu Fact-Checking-Projekten: heise.de, ZAPP, torial
zu Fake News: Sammlung Fake News bei Übermedien

Beiträge: Prof. Dr. Wolfgang Schweiger, Uni Hohenheim (mdr)
Philipp Müller, Universität Mainz (DLF)
Marc Biskup kritisch zum Begriff „Fake News“ (mdr)
Prof. Dr. Stephan Ruß-Mohl: Unterschätzte Propaganda (EJO)
Fake-News als Geschäftsmodell
Mario Sixtus: „Im Netz der Lügen“, ZDF-Info

Literatur: Stephan **Ruß-Mohl**: Die informierte Gesellschaft und ihre Feinde. Warum die Digitalisierung unsere Demokratie gefährdet. Herbert von Halem Verlag, 2017
Ingrid **Brodnig**: Lügen im Netz. Wie Fake News, Populisten und unkontrollierte Technik uns manipulieren. Brandstätter Verlag, 2017

Andreas **Unterberger**: Zwischen Lügenpresse und Fake News. Eine Analyse. Frank&Frei, 2017

ZEIT Geschichte: Die Macht der Lüge. Propaganda, Fälschungen, Verschwörungstheorien – vom Mittelalter bis heute. Zeitverlag, 3/2017

Michael **Butter**: Nichts ist, wie es scheint. Über Verschwörungstheorien. edition suhrkamp, 2017

Hannes **Ley**: #ich bin hier. Zusammen gegen Fake News und Hass im Netz. DuMont, erscheint 2/2018

Thema Hate Speech

Initiativen: [No Hate Speech Movement](#)
[LfM-Appell](#) „Für Meinungsfreiheit – gegen Hetze im Internet“
[CounterACT](#) Aktiv gegen Hass und Hetze im Netz
[#ichbinhier](#), Facebook-Gruppe gegen Hate Speech
[Das NETTZ](#), Vernetzungsstelle gegen Hate Speech

Literatur: Ingrid **Brodnig**: Der unsichtbare Mensch. Wie die Anonymität im Internet unsere Gesellschaft verändert. Czemin-Verlag, 2014

Ingrid **Brodnig**: Hass im Netz. Was wir gegen Hetze, Mobbing und Lügen tun können. Brandstätter Verlag, 2016

Andreas **Vogel**: [#wortgewalt\(ig\)](#). Leser_innen- und Nutzer_innen-Kommentare in Medienöffentlichkeiten, FES 2017 (pdf)

Amadeu Antonio Stiftung: „Geh sterben!“ Umgang mit Hate Speech und Kommentaren im Internet. Berlin, 2015

Landesanstalt für Medien NRW: Hate Speech. Hass im Netz. LfM 2016

Ethik im Netz. Hate Speech. Ergebnisse einer von der LfM in Auftrag gegebenen forsa-Studie. Düsseldorf, 2017

CounterACT-[Leitfaden](#): Aktiv gegen Hasspostings

Weitere Handreichungen zum Themenkomplex

Bundeszentrale für politische Bildung: [Fake News](#), [Hate Speech](#)

LfM-Medienscouts: [Praktische Materialien](#) und Linktipps zu Hate Speech und Fake News

Ausgewählte Auszüge aus IQ-Rundmails zum Thema des Herbstforums

(Einige Links in älteren hier dokumentierten Meldungen wurden wegen Inaktualität entfernt)

Mai/Juni 2014

Journalisten fürchten

Manipulationen im Netz

Um die Möglichkeiten der journalistischen Recherche im Netz fürchten manche Journalistinnen und Journalisten nach dem Google-Urteil des Europäischen Gerichtshofs, das die Persönlichkeitsrechte gestärkt und Google verpflichtet hat, personenbezogene Suchergebnisse unter Umständen nicht mehr anzuzeigen. Es müsse verhindert werden, dass zum Beispiel Prominente ihre Biografien schönen. Die journalistische Recherche im Netz müsse verlässlich bleiben, meinte IQ-Partner DJV und forderte einen gesetzlichen Rahmen für mögliche Datenlöschungen. Derweil hat Google einen Antrag auf Datenlöschung ins Netz gestellt – und bereits Tausende Anträge erhalten.

Weitere Informationen: [DJV-Pressemitteilung](#), [Google-Antragsformular](#)

Kontakt: [Pressestelle Google](#), [Hendrik Zörner](#), DJV-Pressestelle

September/Oktober 2014

Facebook-Einträge

unterliegen Pressekodex

Redaktionen, die in den sozialen Netzwerken aktiv sind, müssen auch dort den Pressekodex einhalten und sich gegebenenfalls daran messen lassen. Das hat der Deutsche Presserat klargestellt. Er sieht in diesen redaktionellen Veröffentlichungen lediglich einen weiteren Verbreitungsweg. Mit dieser Festlegung weitet der Presserat seinen Bereich über die Online-Präsenz von Zeitungsverlagen hinaus aus, für die er sich schon 2009 zuständig erklärte. Eine für September angekündigte Überarbeitung des Pressekodex' mit Blick auf die digitalen Verbreitungswege wird nun erst für Frühjahr kommenden Jahres erwartet.

Weitere Informationen: [Pressemitteilung](#) vom 10. September 2014, Kontakt: [Lutz Tillmanns](#)

November/Dezember 2014

Medienverdrossenheit

als Modeerscheinung?

Korrumpierte und gekaufte Journalisten, Medien als Propagandamaschinen und Skandalprofiteure: Aktuelle Buchveröffentlichungen, regelmäßige Umfrageergebnisse und harsche Kritik in den sozialen Netzwerken deuten auf eine tiefgreifende Medienverdrossenheit hin. Der Medienwissenschaftler Bernhard Pörksen wertet dies in einem Beitrag für die „Zeit“ als Ausdruck und Folge einer „noch nicht ausgereiften Neuordnung in den Beziehungen zwischen den Medien und ihrem Publikum“. Dabei sei der Journalismus mehr denn je auf gesellschaftlichen Rückhalt angewiesen. Pörksens Fazit: „Die Aufgabe des Qualitätsjournalismus wird es sein, auf die Ad-hoc-Attacken, die Einsprüche und die Ideen der Leser und Zuschauer dialogisch und im Sinne einer kritischen Partnerschaft zu reagieren.“

Weitere Informationen: [Zeit-Beitrag](#), Kontakt: [Prof. Dr. Bernhard Pörksen](#)

Januar/Februar 2015

Pegidas „Lügenpresse“

als Unwort des Jahres

Auf breite Zustimmung in Medienkreisen ist die Wahl des Kampfbegriffs „Lügenpresse“ zum Unwort des Jahres gestoßen. Die bei Pegida-Demonstrationen häufig skandiierte Parole stamme aus dem Ersten Weltkrieg und habe auch den Nationalsozialisten zur pauschalen Diffamierung unabhängiger Medien gedient. „Eine solche pauschale Verurteilung verhindert fundierte Medienkritik und leistet somit einen Beitrag zur Gefährdung der für die

Demokratie so wichtigen Pressefreiheit, deren akute Bedrohung durch Extremismus gerade in diesen Tagen unübersehbar geworden ist“, begründete die Jury ihre Wahl.

Weitere Informationen: Aktion [Unwort des Jahres](#); [Jury-Entscheidung](#) (pdf)

Kontakt: Prof. Dr. Nina [Janich](#), Jurysprecherin

März/April 2015

Mangelnde Glaubwürdigkeit als Folge von Einsparungen

Das Problem beginnt bei der Recherche: „Früher brauchte eine Story zwei Quellen, die sie bestätigte. Heute bringen viele Medien die Geschichte schon, auch wenn sie nur eine Quelle haben. Ist die Story falsch, wird sie später einfach korrigiert.“ Richard Edelman, Chef der gleichnamigen PR-Agentur, ist sicher, dass es einen deutlichen Zusammenhang gibt zwischen erheblichen Einsparungen in den Medienhäusern, der gesunkenen Qualität und dem messbaren Verlust an Glaubwürdigkeit. Edelman ermittelt seit Jahren in einem Trust-Barometer das Vertrauen in die Medien. In einem „meedia“-Interview macht er deutlich, dass sich die Situation in Deutschland mit einem Glaubwürdigkeits-Minus von „nur“ elf Prozent noch weniger dramatisch zeigt als in anderen untersuchten Ländern: 66 Prozent der Deutschen halten die klassischen Medien für glaubwürdig, nur 45 Prozent vertrauen indes den Journalisten. Nach einer weiteren von meedia zitierten Studie (Reader's Digest European Trust Brands) stoßen Journalisten bei nur 26 Prozent der Deutschen auf Vertrauen. An der Spitze der vertrauenswürdigen Berufe stehen Feuerwehr, Krankenschwestern und Piloten.

Weitere Informationen: meedia-Beitrag [Edelman](#), meedia-Beitrag [Reader's Digest](#)

Kontakt: Susanne [Marell](#), Chefin Edelman Deutschland

Mai/Juni 2015

Medienschelte und die Pressefreiheit

Schadet zu viel Medienschelte der Pressefreiheit? Rund 120 Gäste verfolgten zum Tag der Pressefreiheit eine Diskussionsrunde in Berlin, zu der DJV, dju, BDZV, VDZ und „Reporter ohne Grenzen“ eingeladen hatten. Anlässe boten die breite Debatte über vermeintliche und tatsächliche Fehlleistungen der Medien im Umfeld des Germanwings-Absturzes, die Bedrohung von Journalistinnen und Journalisten durch Rechtsextreme sowie die dumpfen Parolen à la „Lügenpresse“ oder „Staatsmedien“ zum Beispiel von Pegida.

Weitere Informationen: [DJV-Newsletter](#), Kontakt: Hendrik [Zörner](#), DJV-Pressesprecher

Mai/Juni 2015

Vom Umgang mit Trollen und Pöblern

Tipps für den Umgang mit Trollen und Pöblern im Netz sammelte das Schweizer Medienmagazin „Edito+Klartext“ und nutzte dazu auch eine aktuelle [Studie](#) von Thomas N. Friemel und Mareike Dötsch. Aber nicht nur die Abwehr von unliebsamen Zuschriften und Posts interessieren die Journalisten beim Leserdialog, sondern auch und gerade der konstruktive, fördernde Umgang mit dem Publikum. Dazu haben die Schweizer viele Anregungen gefunden – auch in deutschen Medien.

Weitere Informationen: Beitrag in „Edito+Klartext“; Kontakt: Autorin Bettina [Büsser](#)

September/Oktober 2015

Wege aus dem Shitstorm

Tipps für Journalisten und Redaktionen, einem Shitstorm zu begegnen, veröffentlicht das DJV-Medienmagazin *journalist* in Kooperation mit dem US-amerikanischen Poynter-Institut. Wer bewusst, eigeninitiativ und strategisch handle, könne einen Shitstorm sogar dazu nutzen, das eigene Profil bei den Followern zu optimieren.

Weitere Informationen: *journalist*-Beitrag; Kontakt: Matthias [Daniel](#), Chefredakteur

November/Dezember 2015

**„Lügenpresse“-Parole
trifft auf Zustimmung**

Krise der Selbstdarstellung und -vermittlung von Medien: Einer aktuellen, repräsentativen „stern“/Forsa-Umfrage zufolge halten 44 Prozent der Deutschen die „Lügenpresse“-Vorwürfe aus dem Umfeld von Pegida für nachvollziehbar. Damit trifft diese Pegida-These als einzige von zehn Parolen des rechten Lagers auf nennenswerte Zustimmung. Verbunden damit ist die Vorstellung, dass die deutschen Medien „von ganz oben“ gesteuert seien und in der Folge „geschönte und unzutreffende Meldungen“ verbreiteten. Der IQ-Arbeitskreis hält dies und vergleichbare Ergebnisse für das Symptom einer Glaubwürdigkeitskrise der Medien und hat sich vorgenommen, die Ursachen und mögliche Lösungswege zum Schwerpunktthema des kommenden Jahres zu machen. Weitere Informationen: „stern“/Forsa-Umfrage; Kontakt: Forsa – Gesellschaft für Sozialforschung

November/Dezember 2015

**Thesen gegen die
Systemmedien-Vorwürfe**

Deutschlandfunk-Nachrichtenchef Marco Bertolaso hat sich ausführlich mit den „Lügenpresse“-Vorwürfen auseinandergesetzt und seine Argumentation dagegengestellt. Damit greift er Parolen von Fremdsteuerung, Systemmedien, USA-Hörigkeit und Russland-Feindlichkeit auf. Dies versteht Bertolaso ausdrücklich als ein Gesprächsangebot an seine Hörer/innen. Und verbindet damit das Versprechen, in Zukunft mehr Blicke hinter die Kulissen des Nachrichtengeschäfts zu erlauben.

Weitere Informationen: Online-Beitrag im Deutschlandfunk, Fortschreibung; Kontakt: Dr. Marco Bertolaso

Januar/Februar 2016

**Offensiv gegen
Angriffe auf Journalisten**

Die zunehmenden Attacken auf Journalistinnen und Journalisten am Rande von Pegida- und AfD-Demonstrationen rufen die Verbände auf den Plan. Die IQ-Partner DJV, dju und BDZV haben nicht nur die bekannt gewordenen körperlichen oder verbalen Angriffe gegen Medienvertreter/innen scharf kritisiert und zum Teil mit Strafanzeigen beantwortet, sondern auch die Justizbehörden aufgefordert, die Medien bei solchen Ereignissen wirksamer zu schützen. Rundfunkanstalten sehen sich bereits veranlasst, ihre Reporter und Kameraleute von Sicherheitskräften begleiten zu lassen. Der DJV hat mit seinem Blog augenzeugen.info eine Plattform für betroffene Journalistinnen und Journalisten eingerichtet. Eine Studie des Europäischen Zentrums für Medienfreiheit listet entsprechende Vorfälle auf.

Weitere Informationen: BDZV-Erklärung, dju-Journalistentag, DJV-augenzeugen.info
Kontakt: Anja Pasquay, BDZV; Cornelia Haß, dju; Hendrik Zörner, DJV

Januar/Februar 2016

**Gemeinsam gegen
Hass-Kommentare**

Im März wird das Justizministerium prüfen, ob die Vereinbarung mit Facebook & Co., rechtswidrige Hass-Kommentare binnen eines Tages zu löschen, erfolgreich war. Bundesjustizminister Heiko Maas hat mit einer Task Force einen entsprechenden Maßnahmenkatalog mit Facebook, Twitter und Google vereinbart. Wichtigste Regeln: kundenfreundlicher Meldeweg, Geltung des deutschen Rechts und Prüfung/Handlung innerhalb von 24 Stunden. Derweil gibt es weitere Studien zur Auswirkung von Hasskommentaren auf die mediale Kommunikation, die der IQ-Partner European Journalism Observatory (EJO) bewertet hat. Die Landesanstalt für Medien NRW hatte im November einen Appell „Für Meinungsfreiheit – gegen Hetze im Internet“ formuliert und hofft auf weitere Mitunterzeichner.

Weitere Informationen: Vereinbarung mit Erläuterungen; Kontakt: Dr. Philip Scholz, Digitale Agenda

Januar/Februar 2016

Berichte nach Silvester:

Erst mal recherchieren

Zu spät, zu lückenhaft, zu „politisch korrekt“: So lauteten die gängigen Vorwürfe vor allem im Netz nach der Berichterstattung über die sexuellen Übergriffe im Rahmen von Silvesterfeiern in einigen Großstädten. Vor schnellen Schuldzuweisungen warnte der neue DJV-Vorsitzende Frank Überall: Journalisten müssten informieren und nicht spekulieren; solide Recherchen vor einer Veröffentlichung seien Kennzeichen des professionellen Journalismus. Derweil geriet vor allem die Richtlinie 12.1 des Pressekodex' in die Kritik. Nach der soll die ethnische oder religiöse Zugehörigkeit von Straftätern nur dann erwähnt werden, wenn „für das Verständnis des berichteten Vorgangs ein begründbarer Sachbezug besteht“ – eine Abwägung im Einzelfall also. Über diese Richtlinie wird der Presserat in seiner kommenden Sitzung beraten.

Weitere Informationen: [DJV-Pressemitteilung](#), [Presserat](#) (PM vom 15. Januar)

Kontakt: Prof. Dr. Frank [Überall](#), DJV; Edda [Eick](#), Presserat

Januar/Februar 2016

Vertrauenskrise?

Welche Vertrauenskrise?

Anhand von Langzeitdaten wollen die Kommunikationswissenschaftler Carsten Reinemann und Nayla Fawzi (München) herausgefunden haben, dass an der These von der zunehmenden Glaubwürdigkeitskrise der Medien nicht viel dran sei. Sie haben Vertrauensstudien zwischen 1990 und 2015 verglichen und kommen in einem Beitrag für den „Tagesspiegel“ zu dem Schluss, dass die Werte zwar schwanken, sich im Laufe der Jahre aber kaum dramatisch verschlechtert hätten. Ein Großteil der Deutschen stehe den Medien schon immer eher skeptisch gegenüber, wobei sich der Anteil von Skeptikern und Vertrauenden insgesamt die Waage halte.

Weitere Informationen: [Tagesspiegel-Beitrag](#); Kontakt: Prof. Dr. Carsten [Reinemann](#), Nayla [Fawzi](#)

Mai/Juni 2016

**Nicht ganz so
unglaublich**

Wichtig und sehr wichtig sind für sie die Informationen, die aus den Medien gewonnen werden; das betonen 95 Prozent der Befragten in einer Glaubwürdigkeitsstudie des Bayerischen Rundfunks, die er bei TNS Emnid in Auftrag gegeben hat. Mit 90 Prozent liegen regionale Informationen dicht hinter diesem Spitzenwert. Allerdings wird die Filterfunktion von Medien kritisiert: 60 Prozent der Befragten meinen, dass Journalisten unerwünschte Meinungen ausblendeten. Gleichwohl erzielen in dieser Studie die professionellen Medien hohe Glaubwürdigkeitswerte: 75 Prozent vertrauen dem öffentlich-rechtlichen TV, 73 Prozent den Tageszeitungen und 67 Prozent den öffentlich-rechtlichen Radiosendern. Die Privaten erhalten mit 51 Prozent weniger gute Noten, auf dem letzten Platz liegen die Boulevardzeitungen (13 Prozent). An wirtschaftliche und politische Unabhängigkeit der Medien glaubt allerdings nicht mal jeder Zweite. Auf breiterer Basis steht der in EJO kommentierte EBU-Report „Trust in Media 2016“, der zu vergleichbaren Ergebnissen kommt.

Weitere Informationen: BR-Studie, [EBU-Report](#) (englisch), [Bericht](#) auf EJO

Kontakt: Renate [Kremzow](#) (TNS Emnid); Prof. Dr. Marlis [Prinzing](#) (EJO)

Mai/Juni 2016

**Hier spricht die
„Lügenpresse“**

Mit dem Projekt „Lügenpresse.de“ gibt die DD+V Mediengruppe in Dresden Journalistinnen und Journalisten ein Forum, um ihre Stimme gegen die „Lügenpresse“-Parolen von Pegida und Co. zu erheben und zugleich ihre eigene journalistische Haltung unter Beweis zu stellen.

Weitere Informationen: [Projekt Lügenpresse](#); Kontakt: Carsten [Dietmann](#), DD+V-Geschäftsführer

Juli/August 2016

„Sächsische Zeitung“:

Distanz zum Pressekodex

Die „Sächsische Zeitung“ hat sich in einem Punkt bewusst vom Pressekodex abgesetzt: Sie wird nun bei Straftaten grundsätzlich die Nationalität von Tätern und Verdächtigen benennen. Sie reagiert damit auf Gerüchte und Vorhaltungen von Lesern, dass Nationalitäten bewusst verschwiegen werden und dies eine „Anordnung von oben“ sei. Das Verschweigen von nationaler Herkunft schüre Vorurteile und führe dazu, dass die Ausländerkriminalität überschätzt werde, argumentierte Kulturredakteur Oliver Reinhard für die Zeitung. Der Pressekodex sieht in Richtlinie 12.1 vor, dass die religiöse oder ethnische Zugehörigkeit von Straftätern nur dann benannt werden soll, wenn „für das Verständnis des berichteten Vorgangs ein begründbarer Sachzusammenhang besteht“. Über diese Richtlinie war im März, nach den Silvester-Ereignissen von Köln, intensiv diskutiert worden. Der Presserat beschloss damals, an der Regelung festzuhalten, und kündigte den Redaktionen Argumentations- und Entscheidungshilfen an. Nun will er mit der „Sächsischen Zeitung“ in Kontakt bleiben.

Weitere Informationen: [Begründung](#) in der „Sächsischen Zeitung“, [Beitrag](#) im „Tagesspiegel“

Kontakt: Oliver [Reinhard](#), Kulturredakteur

Juli/August 2016

Gemeinsam

gegen Hate Speech

Der IQ-Partner Neue Deutsche Medienmacher (NDM) hat in Deutschland die Umsetzung der Initiative „No Hate Speech Movement“ übernommen und ist mit einem Online-Flashmob gestartet. Die europaweite Initiative wendet sich gegen Hetze im Netz, erarbeitet Gegenstrategien und will vor allem junge Menschen unterstützen, die mit Hate Speech konfrontiert sind. Vor Monaten hatte bereits IQ-Partner LfM einen Appell gegen Hate Speech publiziert, der von vielen Institutionen und Personen unterzeichnet wurde.

Weitere Informationen: [No Hate Speech Movement](#), [LfM-Appell](#)

Kontakt: Sami David [Rauscher](#) (NDM), Dr. Peter [Widlok](#) (LfM)

September/Oktober 2016

Vorlesungsreihe zum

Lügenpresse-Vorwurf

Die Hamburger Universität startet mit ihrer Rudolf-Augstein-Stiftungsprofessur für Qualitätsjournalismus am 17. Oktober eine Vorlesungsreihe zum Lügenpresse-Vorwurf. Die Ringvorlesung ist zugleich Auftakt der neuen „Augstein Lectures“. Für die 14 Vorlesungen hat Volker Lilienthal, Inhaber der Stiftungsprofessur, namhafte Referenten aus Wissenschaft und Praxis gewonnen. Er will damit den Ursachen für die Glaubwürdigkeitskrise der Medien nachgehen und Gegenstrategien diskutieren.

Weitere Informationen: [Programmvorschau](#) (pdf); Kontakt: Prof. Dr. Volker [Lilienthal](#)

November/Dezember 2016

Fakes im Netz

enttarnen helfen

Wie lassen sich Fake-Meldungen und gefälschte Fotos im Internet enttarnen? Sieben Schritte zu mehr Gewissheit über die Glaubwürdigkeit von Text- und Bildnachrichten veröffentlicht Spiegel online anhand konkreter Beispiele. Motto. Auch die Nutzer/innen können dazu beitragen, dass unseriöse Quellen im Netz weniger Wirkung entfalten.

Weitere Informationen: [Sieben Tipps](#) von Spiegel online; Kontakt: Markus [Böhm](#), Autor

Januar/Februar 2017

„Postfaktisch“ – mehr

als nur ein Wort des Jahres

Zum Wort des Jahres 2016 ist „postfaktisch“ ernannt worden. Die Gesellschaft für deutsche Sprache (GfdS) wählt damit einen Begriff, der „das politische, wirtschaftliche und gesellschaftliche Leben“ besonders bestimmt hat.

Ein Blick in die USA genügt, um festzustellen, dass es mehr ist als nur ein Wort des vergangenen Jahres. Dort wird inzwischen regierungsamtlich und keinesfalls ironisch von „alternativen Fakten“ gesprochen. Medien, die zwar bei Meinungen viele Alternativen kennen, aber nicht bei Fakten, bekommen es zunehmend schwer. Der neue Präsident Donald Trump hat seine Regierungszeit mit einer deutlichen Kampfansage an jene Medien und Journalisten begonnen, die ihre Aufgabe der Kritik und Kontrolle in einem demokratischen System ernst nehmen und davon weder Regierung noch einen amtierenden Präsidenten ausschließen. „Volksverräter“ wurde übrigens zum „Unwort des Jahres“ gekürt; dieses Unwort schließt aus Sicht seiner Anwender nicht nur Politiker/innen ein, sondern auch Medien und ihre Vertreter.

Weitere Informationen: [Wort des Jahres](#); Kontakt: Prof. Dr. Peter [Schlobinski](#), GfdS-Vorsitzender

Januar/Februar 2017

Diskussionen über Tagesschau-Kriterien

Erregte Debatte über Relevanzkriterien in der „Tagesschau“: Nach dem Mord an der Freiburger Studentin Maria und der Festnahme des mutmaßlichen Täters wurde die Nachrichtensendung vor allem in den sozialen Netzwerken dafür angegriffen, dass sie zunächst nicht auf das Geschehen einging. Redaktionschef Kai Gniffke, der sich auch auf Facebook und im Chat den Kritikern stellte, antwortete auf die Vorwürfe mit den Maßstäben der Nachrichtenauswahl, nach denen ein eher regional bedeutsames Kriminalereignis keinen Eingang in die bundesweite Sendung finde. Die Kritiker indes stellten dies in einen Zusammenhang mit den Lügen- bzw. Lückenpresse-Vorwürfen, die sich auf das angebliche Verschweigen von Verbrechen beziehen, für die Täter ausländischer Herkunft verantwortlich gemacht werden. Hier kam auch wieder die bei manchen Chefredakteuren umstrittene Presserats-Richtlinie 12.1 ins Spiel, nach der die Herkunft von Tätern nur unter ganz bestimmten Umständen zu nennen ist. CSU-Generalsekretär Andreas Scheuer forderte, der Pressekodex sollte Journalisten künftig verpflichten, die Herkunft von Tätern zu publizieren.

Weitere Informationen: Kai Gniffkes [Stellungnahme](#) auf Blog [tagesschau.de](#), Facebook-[Chat](#)
Kontakt: Dr. Kai [Gniffke](#), Tagesschau-Chefredakteur

Januar/Februar 2017

Medienbündnis gegen Fake News

Das Netzwerk „First Draft Coalition“ ist Falschmeldungen im Netz auf der Spur: Mit länderübergreifenden Recherchen wollen die professionellen Medienpartner des Bündnisses Falschmeldungen widerlegen und gemeinsame Standards zum Umgang mit solchen Fakes erarbeiten. BBC und NBC haben die Initiative ergriffen, dpa und Zeit online sind aus Deutschland dabei. Die Berufsverbände DJV und dju begrüßten die Initiative; zuletzt hatte die dju auf ihrem [30. Journalistentag](#) Mitte Januar in Berlin eine schärfere Ahndung von Fake News im Internet gefordert.

Weitere Informationen: [First Draft News](#), [dpa-Information](#)
Kontakt: Chris [Melzer](#), Leiter dpa-Unternehmenskommunikation

Januar/Februar 2017

Medien der Neuen Rechten

Für Correct!v hat Camilla Kohrs eine Serie über die Medien der Neuen Rechten recherchiert. Sie beschäftigt sich darin mit der „Jungen Freiheit“, RT Deutsch, dem Kopp Verlag und einigen Onlinediensten.

Weitere Informationen: [Serie](#) mit Interview der Autorin; Kontakt: Markus [Grill](#), Chefredakteur Correct!v

März/April 2017

Pressekodex mit geändertem Schutz vor Diskriminierung

IQ-Partner Deutscher Presserat hat nach langer, kontroverser Diskussion seine Richtlinie 12.1 verändert, die sich mit dem Diskriminierungsschutz beschäftigt. Demnach ist nunmehr in der Berichterstattung über Straftaten da-

rauf zu achten, „dass die Erwähnung der Zugehörigkeit der Verdächtigen oder Täter zu ethnischen, religiösen oder anderen Minderheiten nicht zu einer diskriminierenden Verallgemeinerung individuellen Fehlverhaltens führt“. In der Regel soll daher die Zugehörigkeit nicht erwähnt werden – es sei denn, es bestehe „ein öffentliches Interesse“. Dieses wurde in der Vergangenheit häufig geltend gemacht, weil manche Lesergruppen gerade in der aktuellen Debatte um Kriminalität seitens Geflüchteter den Medien das bewusste Verschweigen von Täterherkunft vorhielten. Chefredakteure hatten sich aus diesem Grund für eine Änderung der Richtlinie eingesetzt, und die „Sächsische Zeitung“ hatte sich insofern über die Richtlinie hinweggesetzt, als sie durchgängig die Nationalität von Tätern und Verdächtigen benannte. Dem Presserat wird nunmehr teilweise ein Einknicken vorgeworfen (z. B. vom IQ-Partner Neue deutsche Medienmacher), teilweise wird ihm vorgehalten, dass der Verweis auf das öffentliche Interesse ebenso schwammig sei wie die alte Formulierung, die ebenfalls eine Benennung der nationalen oder ethnischen Herkunft nicht völlig ausgeschlossen hatte. Der Presserat kündigte an, „in Kürze Leitsätze“ zu veröffentlichen, um den redaktionellen Umgang mit der Richtlinie zu erleichtern.

Weitere Informationen: [Presseerklärung](#) (vom 22. März)

Kontakt: Edda [Eick](#), Pressesprecherin

März/April 2017

Vertrauen in Medien so hoch wie lange nicht

Das Vertrauen in die Medien ist allen Unkenrufen zum Trotz auf einem hohen Stand – auf dem höchsten gar seit dem Jahr 2000. Zu diesem Ergebnis kommen Wissenschaftler der Uni Würzburg bei einer europaweiten Auswertung: Kim Otto und Andreas Köhler beziehen sich auf die Umfragedaten des Eurobarometers der Europäischen Kommission. Zitat: „Noch nie seit über 15 Jahren war das Vertrauen in die Presse so hoch wie heute. Den deutschen Medien ist es gelungen, das in sie gesetzte Vertrauen zu stärken und weiter auszubauen“, kommentiert Professor Kim Otto. Während 38,8 Prozent ihr generelles Misstrauen äußern, vertrauen 55,7 Prozent der Deutschen den Medien. Insbesondere die Presse steigerte ihre Glaubwürdigkeit um zehn Prozentpunkte gegenüber dem Vorjahr. Den höchsten Vertrauensbonus (67,8 Prozent) genießt der Hörfunk.

Weitere Informationen: [Beitrag](#) bei BR24; Kontakt: Prof. Dr. Kim [Otto](#), Uni Würzburg

März/April 2017

Umgang mit Leser-Reaktion: Redaktionen handeln

Vorgehen gegen Trolle, Bots und Hass: Redaktionen entwickeln unterschiedliche Strategien im Umgang mit undifferenzierten Leserkommentaren im Netz. Die „Neue Zürcher Zeitung“ (NZZ) beispielsweise sperrt inzwischen die Kommentarfunktionen und lässt sie nur noch bei drei ausgewählten Artikeln pro Tag zu, die dann moderiert werden. Der Norwegische Rundfunk wählt einen anderen Weg: Wer auf seiner Seite NRKbeta kommentieren möchte, muss zunächst drei Fragen zum Beitrag beantworten – nach dem Motto: erst lesen, dann kommentieren. Autor Thomas Mrazek hat für den IQ-Partner Bundeszentrale für politische Bildung weitere redaktionelle Strategien im Umgang mit Leserkommentaren zusammengefasst.

Weitere Informationen: [Neue Zürcher Zeitung](#), [Bundeszentrale](#)

Kontakt: Oliver [Fuchs](#), NZZ-Social-Media-Redakteur; Thomas [Mrazek](#)

März/April 2017

Ringvorlesung: Berichte im Netz

Die Uni Hamburg hat von Studierenden verfasste Berichte über ihre Ringvorlesung „Lügenpresse – Medienkritik als politischer Breitensport“ ins Netz gestellt. Namhafte Journalisten wie Jakob Augstein, Klaus Brinkbäumer, Giovanni di Lorenzo und Heribert Prantl sowie Wissenschaftler/innen wie Irene Neverla, Michael Haller und Carsten Reinemann beschäftigten sich aus unterschiedlichen Aspekten mit der teils hasserfüllten Kritik an Medien, mit tatsächlichen Fehlleistungen und mit dem scheinbaren Glaubwürdigkeitsverlust. Veranstalter war die

Augstein-Stiftungsprofessur für Praxis des Qualitätsjournalismus mit IQ-Partner Volker Lilienthal. Geplant ist eine Buchveröffentlichung der Vorträge.

Weitere Informationen: [Berichte](#) über die Ringvorlesung; Kontakt: Prof. Dr. Volker [Lilienthal](#)

März/April 2017

Forschungsstipendium zum Thema Fake News

Die Hamburg Media School (HMS) schreibt im Rahmen seines Masterstudiengangs Digital Journalism ein Forschungsstipendium zum Thema Fake News aus, um damit „eine praxisnahe, wissenschaftlich fundierte Auseinandersetzung mit dem Thema Falschmeldungen (zu) ermöglichen und Strategien zur redaktionellen Qualitätssteigerung (zu) unterstützen“.

Weitere Informationen: [Ausschreibung](#); Kontakt: Ribana [Wollermann](#), HMS

Mai/Juni 2017

Verstärkter Schutz vor falschen Nachrichten

Professioneller Journalismus gegen Tricks und Täuschungen: Die Medien machen weiterhin mobil angesichts von Falschmeldungen in den sozialen Netzwerken. Bei der ARD-Tagesschau sind die „Faktenfinder“ auf Spurensuche, das Recherchebüro Correct!v wird mit einer 100.000-Euro-Spende von den Open Society Foundation des Investors George Soros im Vorgehen gegen zweifelhafte Facebook-Einträge gestärkt, und der Bayerische Rundfunk setzt auf seine Arbeitsgruppe „BR Verifikation“ und auf die Fakten-Datenbank „Fact Fox“. Letztere soll den Diskussionen im Netz harte Fakten entgegensetzen. Diese Initiativen sind umso dringlicher, als der US-Wahlkampf im vergangenen Jahr mit seinen vielen gezielten und über soziale Netzwerke verbreiteten Falschmeldungen und Propaganda-Nachrichten nichts Gutes für den Bundestagswahlkampf befürchten lässt.

Weitere Informationen: [Faktenfinder](#); [Correctiv/Soros](#); [BR Verifikation](#), [Fact Fox](#)

Kontakt: Patrick [Gensing](#) (Faktenfinder); David [Schraven](#) (Correctiv); Stefan [Primbs](#) (BR Verifikation); Gudrun [Riedl](#) (Fact Fox)

Mai/Juni 2017

Hate Speech trifft vor allem Jüngere

Eine von der Landesanstalt für Medien NRW (LfM) in Auftrag gegebene Forsa-Umfrage hat ergeben, dass vor allem Jüngere von Hate Speech in den sozialen Medien betroffen sind. 94 Prozent der 14- bis 24-Jährigen haben bereits Hate Speech erlebt, ergab die auf dem Kölner Medienforum vorgestellte Studie. Je älter die Nutzer sind, desto weniger sehen sie sich mit Hasskommentaren konfrontiert: Nicht einmal jede/r Zweite über 60 Jahre ist mit öffentlicher Verunglimpfung in Berührung gekommen. Da insgesamt zwei Drittel aller Internet-Nutzer Erfahrungen mit Hassbotschaften bestätigen, hat sich die Situation gegenüber dem Vorjahr noch verschärft. Nur ein Prozent der Befragten gab an, bereits selbst Hasskommentare geschrieben zu haben; knapp ein Fünftel äußerte Verständnis für solche Formen der Kommunikation. Die Landesanstalt für Medien hat über ihre Medienscouts eine Materialsammlung zum Thema Hate Speech und Fake News zusammengestellt.

Weitere Informationen: [Ergebnisse Forsa-Studie](#) (pdf), [Materialsammlung Medienscouts](#)

Kontakt: Dr. Peter [Widlok](#), LfM-Pressesprecher

Mai/Juni 2017

Bündnis in Sachen Meinungsfreiheit

Eine breite Allianz von Wirtschafts- und Berufsverbänden, Vereinen und Bürgerrechtlern (darunter IQ-Partner DJV) hat ihre „Deklaration für die Meinungsfreiheit“ veröffentlicht. Darin warnt sie vor dem geplanten Netzwerkdurchsetzungsgesetz der Bundesregierung, das ihrer Meinung nach katastrophale Auswirkungen auf die Meinungsfreiheit haben werde. Vor allem kritisiert das Bündnis, dass staatliche Aufgaben der Rechtsdurchsetzung an Privatunternehmen, im konkreten Fall: an soziale Netzwerkanbieter, übertragen würden. Absichtlichen

Falschmeldungen, Hassreden und menschenfeindlicher Hetze im Netz müsse vielmehr durch eine Gesamtstrategie von Staat, Zivilgesellschaft und Anbietern begegnet werden. Auch Facebook hat sich schriftlich gegen den Gesetzentwurf gewandt. Derweil hat die „Süddeutsche“ darüber informiert, nach welchen internen Kriterien Facebook bisher Inhalte prüft und ggf. löscht.

Weitere Informationen: [Deklaration](#) für die Meinungsfreiheit; Kontakt: Hendrik [Zörner](#), DJV-Pressesprecher

Juli/August 2017

Jüngere können besser mit Fakes umgehen

Mehr als die Hälfte der deutschen Online-Nutzer ist bereits mit Fakes in Berührung gekommen. Das ergab eine Studie der Landesanstalt für Medien NRW. Demnach können jüngere Nutzer/innen damit besser umgehen als ältere und sind gewiefter im Erkennen und Nachrecherchieren von Fakes. Die Befragung von mehr als tausend Online-Nutzern ergab, dass viele von ihnen Kennzeichnungspflichten und Löschungsregeln befürworten.

Weitere Informationen: [Ergebnisse](#) der Studie (pdf); Kontakt: Dr. Peter [Widlok](#), LfM-Pressesprecher

September/Oktober 2017

Bundestagswahlen: Keine besonderen Vorkommnisse?

Während laut einer Bitkom-Umfrage bald 80 Prozent der Bundesbürger/innen die Gefahr sehen, das Ergebnis der Bundestagswahl könne durch gezielte Desinformation oder Hackerangriffe beeinflusst werden, scheint die befürchtete massenhafte Zunahme von Fakes vor der Wahl ausgeblieben zu sein. Zwar tummelten sich im Netz diverse Falschmeldungen und Gerüchte, doch gab es keine Hinweise darauf, dass gesteuerte Desinformation (beispielsweise durch Bots aus dem Ausland) die Themenagenda der Medien beeinflusst habe. Das bestätigte Verfassungsschutz-Präsident Hans-Georg Maaßen und erklärte zugleich, dass viele Fakes aus dem rechtspopulistischen Lager via soziale Netzwerke verbreitet werden. Die Stiftung Neue Verantwortung in Berlin befasst sich mit solchen möglichen Manipulationen demokratischer Prozesse. Sie sieht einen Unterschied zum US-Wahlkampf: Vieles deute darauf hin, „dass sie hierzulande auf einen völlig anderen Nährboden treffen: Mit einer viel geringeren Bedeutung von Social Media als Quelle von Nachrichten, einer weitaus weniger polarisierten politischen Landschaft und viel höherem Vertrauen in klassische Medienangebote scheint Deutschland weniger anfällig als die USA“, erklärte Projektleiter Alexander [Sängerlaub](#) von der Stiftung. Die Organisation „Fearless Democracy“ fand indes Beispiele für die Einwirkung von russischen Bots, die sie auf [Übermedien.de](#) veröffentlichte. Die AfD hat sich im Wahlkampf der Hilfe eines erfahrenen US-Kampagnenorganisations versichert, Schwerpunkt: Negativkampagnen gegen politische Kontrahenten.

Weitere Informationen: [Bitkom-Umfrage](#); [Beitrag](#) Stiftung Neue Verantwortung, [Beobachtungen](#) von Fearless Democracy

Kontakt: Bastian [Pauly](#), Bitkom-Pressesprecher; Alexander [Sängerlaub](#), Projektleiter „Measuring Fake News“; Gerald [Hensel](#), [Fearless Democracy](#)

September/Oktober 2017

Glaubwürdigkeit als größte Herausforderung

Der Medien-Trendmonitor 2017 der dpa-Tochter news aktuell (na) hat das Thema „Glaubwürdigkeit“ als größte Herausforderung für den Journalismus von heute ermittelt, weit vor den Punkten „Fake News“ und „Unabhängigkeit“. Mehr als 1.700 Journalistinnen und Journalisten haben sich an der Online-Befragung beteiligt. Zugleich wurde der Umgang mit Social Media und das Verhältnis zu Pressesprechern erfragt. Zudem äußerten sich die Befragten zu den größten Fehlern im Journalismus: An erster Stelle steht „Copy and Paste“, die weitgehend ungeprüfte Übernahme aus fremden Quellen.

Weitere Informationen: [Bericht](#) auf na-Blog, [Download](#) Studie (Registrierung)

Kontakt: Jens [Petersen](#), Leiter Konzernkommunikation na

September/Oktober 2017

Nachrichtenkompetenz:

Ein glattes „Mangelhaft“

Lehramtsstudierende haben wenig Ahnung von Journalismus und Medien. Das ergab eine Studie, die ein Team um Lutz Hagen von der TU Dresden im Auftrag der Stiftervereinigung der Presse erarbeitet hat. So weiß nur ein Drittel der Studierenden fortgeschrittener Jahrgänge, dass Journalisten keine Lizenz für die Ausübung ihres Berufes brauchen, und mehr als 40 Prozent gingen davon aus, dass Presseberichte über Ministerien von diesen vor der Veröffentlichung genehmigt werden müssen. Ein glattes „Mangelhaft“ auch für die Nachrichtenkompetenz-Vermittlung an Schulen, in Lehrplänen und Unterrichtsmaterialien. „Auf keiner Stufe des deutschen Schulsystems wird Nachrichtenkompetenz angemessen berücksichtigt“, resümieren die Forscher/innen und bemängeln, dass auch die öffentliche Aufgabe der Medien für die Demokratie kaum erwähnt wird. Dass dies gerade in Zeiten von Lügen- und Lückenpresse-Vorwürfen dringend geboten wäre, um Schüler/innen und Studierenden das nötige Wissen und entsprechende Fähigkeiten im Umgang mit Nachrichten zu vermitteln, liegt auf der Hand. Die Studie endet daher auch mit der Forderung nach einem Schulfach „Medien- und Nachrichtenkompetenz“.

Weitere Informationen: [Präsentation](#) Studie ([übermedien.de](#)); Kontakt: Prof. Dr. Lutz M. [Hagen](#), TU Dresden

September/Oktober 2017

**Videobotschaft an
die Leser/innen**

Die Online-Kommentarspalten vom Münchner „Merkur“ und der tz werden strenger geprüft. Digital-Chefredakteur Thomas Kaspar erklärte in einem Videobeitrag die Hintergründe und neuen Usancen: Da die Beleidigungen und Hetzreden mit der steigenden Zahl der Kommentare zunehmen, werde nunmehr jeder Leserbeitrag – wie in vielen anderen Häusern bereits üblich – zunächst geprüft und dann freigeschaltet. Zudem müssen sich die Leser/innen registrieren. Kaspar verdeutlichte zugleich, wie schwierig es für seine Kolleginnen und Kollegen geworden sei, angemessen mit Nutzerkommentaren umzugehen. Ziel sei es, Kommentare zu publizieren, „die man gern liest“.

Weitere Informationen: [Mitteilung](#) und [Video](#); Kontakt: Thomas H. [Kaspar](#), Chefredakteur Ippen Digital

September/Oktober 2017

**Hasskommentare
strafrechtlich verfolgen**

Medienaufsicht und Justiz in NRW setzen bei der Bekämpfung von Hasskriminalität im Internet nicht nur aufs Löschen oder Kennzeichnen entsprechender Posts in den sozialen Netzwerken, sondern auch auf strafrechtliche Verfolgung. Zusammen mit Unternehmen gründeten sie die Arbeitsgruppe „Verfolgen statt nur Löschen – Rechtsdurchsetzung im Internet“, um effektive Wege gegen Hate Speech zu erarbeiten. Tobias Schmid, Direktor des IQ-Partners LfM, betonte, dass es im Internet keinen rechtsfreien Raum gebe. Beteiligt sind neben der LfM das Landesministerium des Inneren, die Zentral- und Ansprechstelle Cybercrime (ZAC) der Justiz NRW, das Polizeipräsidium Köln und die Medienhäuser Rheinische Post und Mediengruppe RTL Deutschland.

Weitere Informationen: [LfM-Pressemitteilung](#); Kontakt: Dr. Peter [Widlok](#), LfM-Pressesprecher

September/Oktober 2017

Kennzeichnung von Fakes:

Nicht der Weisheit letzter Schluss

Die Kennzeichnung von Fakes in den sozialen Netzwerken hat anscheinend nicht den erwünschten Erfolg. Zu diesem Ergebnis kommt eine in „Politico“ veröffentlichte US-Studie der Yale University. Wird eine Meldung beispielsweise auf Facebook als von Dritten geprüft und unwahr gekennzeichnet, erhöht sich die Wahrscheinlichkeit, dass sie von Nutzern auch tatsächlich als falsch registriert wird, nur um 3,7 Prozent. Hingegen werden dann die im Umfeld erscheinenden, nicht gekennzeichneten Meldungen fast automatisch als „wahr“ gewertet, obwohl sie möglicherweise gar nicht überprüft wurden.

Weitere Informationen: [Abstract](#), [Studie](#) (pdf, Englisch); Kontakt: Gordon [Pennycook](#), Studienautor

Medienecho (Auswahl)

IQ-Pressemitteilung vom 16. Oktober 2017

IQ-Herbstforum – Mit Qualität gegen Lügen und Hass im Netz

Debatten im Internet und vor allem in sozialen Online-Netzwerken werden zunehmend von gezielten Falschmeldungen, Propaganda, Hass und Hetze geprägt. Das verändert die Kommunikation in unserer Gesellschaft und bedroht die Glaubwürdigkeit des Journalismus. Beim Neunten Herbstforum der Initiative Qualität im Journalismus (IQ) haben am 16. Oktober in Berlin etwa achtzig Branchen-Experten darüber diskutiert, was Medien-Akteure ändern müssen, um Fake News und Vertrauensverlust, Desinformation und Denunziation zu verhindern. Im Mittelpunkt der vom Journalisten Werner Lauff moderierten Tagung standen das Spannungsverhältnis zwischen Fake und Fakten sowie redaktionelle Strategien im Umgang mit Hassbotschaften.

Der Programmdirektor des Deutschlandradios, Andreas-Peter Weber, sagte zum Auftakt der Tagung, Lügen und Hass hätten ebenso wie Propaganda und gezielte Falschmeldungen schon immer zur Menschheitsgeschichte gehört. Was sich verändert habe, seien Form und Art ihrer Verbreitung. Sogenannte „Quellen“ im Netz befeuerten Verschwörungs-Theorien, und soziale Online-Netzwerke führten bei diesem Prozess zu deren „Weiterleitung in rasendem Tempo, rund um den Globus“. Journalisten müssten deshalb umso entschiedener „hinterfragen und nachbohren“. Guter Journalismus, so unterstrich Weber, könne nur erfolgreich sein, wenn er dauerhaft besser sei als das, was seine „lautstarken Kritiker“ zu bieten hätten.

Tanjev Schultz, Journalistik-Professor der Johannes Gutenberg-Universität Mainz, erklärte in einem Impulsreferat, das Misstrauen gegenüber den Medien habe zugenommen. Dies äußere sich bei den Rezipienten etwa in Form von Skepsis, Gleichgültigkeit oder gar Zynismus. Zugleich aber werde bei der Auseinandersetzung mit Effekten des sinkenden Medienvertrauens oft zu pauschal und undifferenziert geurteilt. Schultz ist Mitautor einer Studie, die den Vertrauensverlust der Medien relativiert und differenziert. Die Untersuchung zeigt, wie sehr bei einem Teil der Bevölkerung das Misstrauen gegenüber den Medien wächst und das Vertrauen sinkt. Zugleich aber sei auch der Anteil derjenigen, die den Medien „voll und ganz vertrauen“, gestiegen. Nun komme es darauf an, das Publikum, das sich zwischen diesen beiden Polen befinde, von der Glaubwürdigkeit der Medien zu überzeugen.

Schultz präsentierte zentrale Ergebnisse der repräsentativen telefonischen Befragung, die im Oktober und November 2016 durchgeführt wurde: Insgesamt 27 Prozent der Erwachsenen

stimmten damals der Aussage zu, Medien und Politik würden Hand in Hand arbeiten, um die Bevölkerungsmeinung zu manipulieren. 18 Prozent, so referierte Schultz, hätten vor einem Jahr geglaubt, dass Flugzeuge im Auftrag von Regierungen Chemikalien versprühen würden, um Wetter und Klima zu verändern. Und jeweils 17 Prozent hätten sich der Meinung angeschlossen, die Amerikaner seien in Wirklichkeit nie auf dem Mond gelandet und die Anschläge auf das World Trade Center am 11. September 2001 seien von den USA selbst inszeniert worden.

Mit welchen Mitteln Medien beim sogenannten Fact Checking gegen gefälschte Nachrichten und solche Verschwörungstheorien kämpfen können, erklärten Expertinnen von ARD und Correct!v. Rike Woelk ist als stellvertretende Redaktionsleiterin von tagesschau.de auch zuständig für das Anti-Fake-News-Portal faktenfinder.tagesschau.de. Sie verwies darauf, meist gehe es nicht um komplett falsche Nachrichten, die über Social Media verbreitet würden, sondern um eine Verfälschung von Informationen oder Fakten, die aus dem Zusammenhang gerissen seien. Jutta Kramm berichtete als Leiterin des Fact-Checking-Ressorts beim Recherchezentrum Correct!v von ersten Ergebnissen der Kooperation mit Facebook. Seit Mitte August funktioniere die Zusammenarbeit „ganz gut“. Das Projekt befinde sich noch in einer Probezeit. Correct!v erhalte von Facebook Hinweise auf Inhalte, die von Nutzern als problematisch eingestuft worden seien, und prüfe dann die Fakten. Die Ergebnisse solcher Faktenchecks, so waren sich die beiden Expertinnen einig, müssten vor allem da präsentiert werden, wo Fakes und Desinformation ihre Ursache hätten: bei Facebook und Twitter.

„Wir müssen die Menschen dort erreichen, wo sie Medien nutzen“, forderte der Medienfachjournalist Stefan Niggemeier (Bildblog.de, uebermedien.de). Er bezeichnete es als großen Vorteil von Fact-Checking-Plattformen, dass sie Themen aufgreifen, die direkt aus dem Publikum kommen. Der Journalist und Filmemacher Mario Sixtus zeigte sich eher skeptisch: Oft setzten sich Fakten trotz aller Belege nicht durch, weil Menschen Informationen nur selten wirklich rational verarbeiteten. Stephan Ruß-Mohl, Professor für Kommunikationswissenschaft an der Universität Lugano, appellierte an die klassischen Medien, sie müssten mehr über ihre Arbeitsweise aufklären. In Bezug auf Facebooks Umgang mit Fact-Checking-Ergebnissen meinte er: „Wir wissen nicht, wie Facebook mit gemeldeten Fake News umgeht.“ Darüber lagen auch der Correct!v-Expertin Kramm keine konkreten Erkenntnisse vor.

Ähnlich problematisch wie der richtige Umgang mit falschen Nachrichten und Lügenpresse-Vorwürfen ist für Redaktionen inzwischen das Thema Hate Speech. Ellen Wesemüller, die seit September das Projekt „No Hate Speech“ bei den Neuen deutschen Medienmachern (NdM) leitet, definierte Hate Speech als sprachliche Handlung, die das Ziel verfolge, „Einzelpersonen oder Gruppen aufgrund ihrer Zugehörigkeit zu einem bestimmten (benachteiligten) Teil der Öffentlichkeit abzuwerten oder zu bedrohen“ – beispielsweise aus Rassismus, Sexismus oder Homophobie. Wesemüller wies darauf hin, dass immer mehr Journalistinnen und Journalisten von Hate Speech betroffen seien.

Eine Studie des Instituts für interdisziplinäre Konflikt- und Gewaltforschung der Universität Bielefeld ergab im vergangenen Jahr, dass sich 42 Prozent der befragten Journalistinnen und Journalisten entsprechenden Angriffen ausgesetzt fühlten. Etwa ein Viertel der Befragten berichtete von „mehrmaligen bis regelmäßigen Angriffen“. Zwei Drittel urteilten, die Zahl hass erfüllter Reaktionen habe in den vergangenen zwölf Monaten deutlich zugenommen. Das NdM-Netzwerk ist Teil der Kampagne No Hate Speech Movement, die vom Europarat initiiert wurde. Wesemüller betonte, innerhalb der Redaktionen seien verstärkt Integrität und Solidarität gefragt. Juristische Beratung und Argumentationsleitfäden könnten dabei helfen, sich gegen Hate Speech zu wehren. Wer die Kommentarfunktion bei Online-Artikeln für Hass oder Hetze missbrauche, müsse gesperrt werden. Weitere Mittel im Umgang mit unqualifizierten Hassbotschaften könnten Gegenrede, Transparenz oder humorvolle Ironie sein, sagte Wesemüller.

Über alltägliche Erfahrungen mit unsachlichen Leserkomentaren berichteten Heinrich Maria Löbbers und Alexander Völkel. Einerseits gelte es, mit Nutzern ins Gespräch zu kommen. Andererseits aber würden Journalisten häufig nicht nur beleidigt, sondern sogar bedroht. Löbbers ist Mitglied der Chefredaktion der „Sächsischen Zeitung“ und erklärte, bei vielen Themen könne online keine Kommentarfunktion mehr angeboten werden, weil das Hass und Hetze schüre. Alexander Völkel, einer der Gründer des hyperlokalen Dortmunder Online-Portals nordstadtblogger.de, schilderte Versuche, bei fremdenfeindlichen und rechtsradikalen Kommentaren die Community so zu informieren, dass direkt aus den sozialen Online-Netzwerken Protest gegen Hass und Hetze mobilisiert werde.

Andreas Vogel (Wissenschaftliches Institut für Presseforschung und Publikumsanalysen) beschäftigte sich unter dem Titel „#wortgewalt(ig)“ für die Friedrich-Ebert-Stiftung mit dem Thema Journalismus und Online-Kommentare. Er bezeichnete Leserkommentare trotz der kritisierten Hass-Kampagnen grundsätzlich als „große Chance“. Was die Beziehungen zwischen Redaktion und Rezipienten stärke, sei Gold wert. Allerdings fehle es an Erkenntnissen über die Lebenswelten großer Bevölkerungsteile. „Wir müssen uns als Gesellschaft über kommunikative Grundlagen verständigen“, lautete die Analyse von Wiebke Loosen. Die Mitarbeiterin des Hans-Bredow-Instituts und Privatdozentin der Universität Hamburg vertrat die These, der Journalismus habe als Verkünder von Wahrheiten an Akzeptanz verloren. Künftig müsse es den Medien vor allem um das Vergleichen und Bewerten von Wahrheiten gehen, um die Vertrauenskrise zu überwinden.

IQ-Sprecherin Ulrike Kaiser resümierte zum Abschluss der Veranstaltung, differenzierte Medienberichterstattung habe es in Zeiten von Shitstorms und Pöbeleien auf der einen und redaktionellen Einsparungen auf der anderen Seite schwer. Nur mit Qualität, Transparenz und einer professionellen Solidargemeinschaft könne es auf Dauer gelingen, die gesellschaftliche Position und Funktion von Journalismus zu sichern.

Matthias Kurp

aus: [Menschen machen Medien](#), dju-Medienmagazin (online), vom 17. Oktober 2017

IQ-Forum: „Das Gift der kleinen Lügen“



IQ-Herbstforum 2017: (v.l.n.r.) Rike Woelk, Jutta Kramm, Stefan Niggemeier, Prof. Dr. Stephan Russ-Mohl, Mario Sixtus, Werner Lauff
Foto: Hans Hendrik Falk

Mit Qualität gegen Lügen und Hass im Netz

Polarisierung in der Kommunikation, darunter lassen sich die Themen des neunten Herbstforums der Initiative Qualität im Journalismus zusammenfassen: Ob Fake News, Desinformation, Verschwörungstheorien oder Hasskommentare, die Auseinandersetzungen im Internet werden härter. IQ suchte gestern nach Antworten.

VON SUSANNE STRACKE-NEUMANN



IQ-Herbstforum 2017: Deutschlandradio-Programmdirektor Andreas-Peter Weber Foto: Hans Hendrik Falk

„Überzeugen durch Qualität“ empfahl der Programmdirektor des Deutschlandradios, Andreas-Peter Weber, der die rund 80 Teilnehmer_innen zur Suche nach Strategien für Redaktionen im ehemaligen Rias-Gebäude in Berlin begrüßte. Die Forderung nach Qualität gelte für Printpresse und Rundfunk gleichermaßen, unterstrich er und kritisierte – nicht als einziger an diesem Tag – die in seinen Augen überflüssigen und ablenkenden Auseinandersetzungen zwischen den beiden Medienarten, wie sie der Spiegel-Titel „Die unheimliche Macht“ über ARD und ZDF jüngst wieder befeuert hatte.

Ein „Zerreiben der Mitte“ ist für den Mainzer Journalismusprofessor Tanjev Schultz das Ergebnis der jüngsten Mainzer Studie über das Medienvertrauen in Deutschland. Zwar sei das Vertrauen in die Medien seit einer Vergleichsstudie von 2008 von 29 Prozent auf 41 Prozent gestiegen, doch auch das Misstrauen ist von neun auf 22 Prozent gewachsen. Die misstrauischen Mediennutzer_innen würden zunehmend lauter und hätten mit den sogenannten sozialen Medien und dem Internet zudem einfache Mittel zur Hand, ihre Sicht der Dinge zu verbreiten. „Rüpel und Querulanten haben schon in Kindergarten und Schule die meiste Aufmerksamkeit bekommen“, betonte der frühere SZ-Bildungsredakteur. Medien sollten den „Zynikern“ und Anhänger_innen von Verschwörungstheorien „nicht hinterherlaufen“, sondern die „Skeptiker“ in der Mitte zurückgewinnen. Und zwar durch Qualität: „Die Skeptiker finden die Berichterstattung zu schlicht, die Zyniker finden sie nicht schlicht genug.“

Fakten statt Fake ist das Ziel der in jüngster Zeit immer häufiger in den Medien zu findenden Ressorts zur Überprüfung der Gerüchteküche im Internet. Die Mitarbeiter_innen des ARD-Faktenfinders, ursprünglich eingerichtet für die Zeit des Wahl-

kampfs, beobachten nicht nur Nachrichten, sondern auch Social-Media-Accounts von Verschwörungstheoretiker_innen und manchen Politiker_innen. Die Darstellungen dort seien meist nicht gänzlich falsch, aber aus dem Zusammenhang gerissen und

verdreht, erklärte Rike Woelk: „Im Netz ist es in der Regel nicht schwarz oder weiß, sondern grau.“ Ab Klickzahlen über 1000 reagiert die Faktenfinder-Redaktion, antwortet auf den sozialen Netzwerken und gibt die Information dazu an die eigenen Nachrichtenredaktionen weiter.

Auch das Fact-Checking-Ressort des Journalistenkollektivs „Correctiv“ verfolgt die Debatten im Internet, wartet aber nicht erst hohe Klickzahlen ab, sondern nutzt ein Tool, um die virale Ausbreitung von Desinformation abzuschätzen und gleich zu reagieren. Virale Verbreitungsraten, so Jutta Kramm, konnten dadurch um bis zu 80 Prozent gesenkt werden. Allerdings seien die Verbreiter_innen im Netz immer schneller als die teils aufwändigen Recherchen für die Gegenargumentation. Woelk und Kramm betonten dabei die medienpädagogische Absicht der Faktenchecker gegen „das Gift der kleinen Lügen“ (Kramm).



IQ-Herbstforum 2017: (v.l.n.r.) Stephan Russ-Mohl, Mario Sixtus, Werner Lauff
Foto: Hans Hendrik Falk

ZDF-Autor Mario Sixtus („Im Netz der Lügen“) bezweifelte eine große Reichweite der Faktenchecker, denn die Menschen suchten gezielt nach Bestätigung ihrer Vorstellungen. So funktioniere das „Narrativ“ der Brexit-Befürworter_innen nach wie vor, obwohl die Lügen und Verdrehungen, von denen die Kampagne begleitet wurde, längst widerlegt seien. Eigentlich sei Faktencheck das Kerngeschäft jeder Redaktion, warf auch der Journalismusprofessor Stephan Russ-Mohl ein, der mit dem Europäischen Journalismus-Observatorium EJO in Lugano die europäische Medienlandschaft untersucht. Medien müssten seiner Ansicht nach klarer zeigen, wie sich das Verhältnis zwischen Journalismus und PR verschoben habe. Das hätten die Medien in ihrer

Berichterstattung „dramatisch vernachlässigt“. Medienjournalist Stephan Niggemeier, uebermedien.de, forderte dagegen auf, sich von der Vorstellung zu verabschieden, nur „die anderen“ lebten in einer „Filterblase“, das sei eine Illusion.

Die Forderung nach einem Schulfach „Medienbildung“ stieß zwar auf allgemeine Zustimmung, aber der Hinweis von Russ-Mohl auf eine Dresdener Studie, die auch die mangelnde Medienkompetenz der Lehramtsanwärter zeigt, war die passende Untermauerung zur ratlosen Frage von Sixtus: „Wer soll das unterrichten?“.



IQ-Herbstforum 2017: Ellen Wesemüller von den Neuen Deutschen Medienmachern Foto: Hans Hendrik Falk

Wie sollen Redaktionen mit Hasskommentaren umgehen, war die Frage des Nachmittags. Vorschläge und Beobachtungen dazu formulierte Ellen Wesemüller von den Neuen Deutschen Medienmachern. Sie leitet seit September das Projekt „No Hate Speech“ in Deutschland, Teil einer Kampagne des Europarats. Hate Speech richte sich überwiegend gegen Menschen aus „in der Gesellschaft benachteiligten Gruppen“. Ob Journalist_innen in diesem Sinn benachteiligt sind oder eben besonders exponierte Ziele darstellen, sei dahingestellt. Aber 42 Prozent gaben bei einer Befragung der Berufsgruppe im Jahr 2016 an, schon selbst bedroht worden zu sein. Wichtig für die Redaktionen seien laut der Studie des Instituts für interdisziplinäre Konflikt- und Gewaltforschung der Universität Bielefeld im Umgang mit Hasskommentaren auf jeden Fall eine schnelle Antwort, auch als Beistand für die Betroffenen, als Gegenpol und Anhaltspunkt für die schweigende Mehrheit. Doch nur 17 Prozent der Redaktionen hätten eine zusätzliche Stelle für die Betreuung der Kommentare eingerichtet. Das Projekt plant deshalb einen Leitfaden für Redaktionen.

Was den Umgang mit Kommentaren betrifft, sind derzeit verschiedene Strategien zu beobachten: Konsequente Moderation der Kommentare, dafür nannte Wesemüller die „Welt“ als beispielhaft. Andere Redaktionen blockierten die Kommentarfunktion inzwischen ganz, wie in den USA zu beobachten, oder ließen nur bestimmte Themen für die Kommentare zu. Dazu stellte Dr. Wiebke Loosen vom Hans-Bredow-Institut in Hamburg ein interessantes Projekt vor: Zusammen mit Informatiker_innen wird dort ein Tool erarbeitet, das die konstruktiven Kommentare erkennt und herauspicken kann. Bei den Nordstadtbloggern in Dortmund werden die Kommentare zwar moderiert, zusätzlich der Redaktion bekannte Leser motiviert, auf Hasskommentare zu reagieren. Es wird aber eben auch gelöscht. Diese Inhalte gehen dann per Screenshot zur Staatsanwaltschaft, erklärte Alexander Völkel.

Heinrich Maria Löbbers von der Sächsischen Zeitung in Dresden versucht hingegen, per Einladung mit Kommentator_innen ins Gespräch zu kommen. Zu den Pegida-Demonstrationen schickt die Redaktion inzwischen aber immer zwei Reporter, und zwar nicht die schwächsten. Ihn erstaunte allerdings die Zahl der Hasspostings unter Klarnamen. Die Leute machten sich nicht klar, dass das Internet ein „öffentlicher Raum“ sei, erklärte in diesem Zusammenhang der Kölner Professor Andreas Vogel, #wortgewalt(ig). Er mahnte, die Kanäle zu den Leser_innen unbedingt offen zu halten. In einer „Rabaukenkneipe“ wie Facebook könne man aber keine philosophischen Debatten erwarten. Das Thema Moderation von Kommentaren gehöre heute auf jeden Fall in die Journalistenausbildung.

„Und die Prophylaxe?“ fragte Moderator Werner Lauff, der die lebhaften Diskussionen des Forums leitete. Mit den Leser_innen reden, Arbeitsweisen erklären, sagte Löbbers. Das Thema breiter anlegen, meinte Vogel und verwies auf die ausführliche Behandlung des Themas „Mobbing“ in Schulen, die viele junge Leute auch in ihren Postings habe achtsamer werden lassen. Die Kommunikation in der Zivilgesellschaft jenseits der Medienkommunikation müsse besser erforscht werden. Außerdem: „Es wäre doch komisch, wenn in einer Zeit der Umbrüche gerade der Journalismus nicht betroffen wäre.“ In einer „Dauerprophylaxe“ sah Loosen die Gesellschaft, die gerade grundlegend ihre Kommunikation hinterfrage.

Die Qualität im journalistischen Alltag zu wahren, resümierte IQ-Sprecherin Ulrike Kaiser, sei die Herausforderung für die Medien. „Hat differenzierte Meinungsäußerung noch eine Chance zwischen all den Pöbeleien?“ Raufereien gebe es auch im kleinen gallischen Dorf von Asterix und Obelix, aber am Ende doch immer ein gemeinsames Fest. „Wir sind im globalen Dorf“ mahnte sie und bat deshalb um eine professionelle Solidargemeinschaft aller Journalist_innen gegen Fake News und Hate Speech.

aus: [DJV online](#) vom 18. Oktober 2017

Aktuelles

9. IQ-Herbstforum

18. Oktober 2017

Mit Qualitätsjournalismus gegen Lügen und Hass im Netz

Debatten im Internet und vor allem in sozialen Online-Netzwerken werden zunehmend von gezielten Falschmeldungen, Propaganda, Hass und Hetze geprägt. Das verändert die Kommunikation in unserer Gesellschaft und bedroht die Glaubwürdigkeit des Journalismus.



Foto: Hans Hendrik Falk

Beim Neunten Herbstforum der Initiative Qualität im Journalismus (IQ) haben am 16. Oktober in Berlin etwa achtzig Branchen-Experten darüber diskutiert, was Medienschaffende gezielten Falschmeldungen und Hassrede entgegensetzen können.

Im Mittelpunkt der vom Journalisten **Werner Lauff** moderierten Tagung standen das Spannungsverhältnis zwischen Fake und Fakten sowie redaktionelle Strategien im Umgang mit

Hassbotschaften. Zu den Referenten zählten u.a. ZDF-Autor **Mario Sixtus**, Medienjournalist **Stefan Niggemeier**, **Jutta Kramm** von CORRECTIV und Journalistik-Professor **Tanjev Schultz**.

IQ-Sprecherin **Ulrike Kaiser** resümierte zum Abschluss der Veranstaltung, differenzierte Medienberichterstattung habe es in Zeiten von Shitstorms und Pöbeleien auf der einen und redaktionellen Einsparungen auf der anderen Seite schwer. Nur mit Qualität, Transparenz und einer professionellen Solidargemeinschaft könne es auf Dauer gelingen, die gesellschaftliche Position und Funktion von Journalismus zu sichern.

Dieser Text ist eine gekürzte Version der Zusammenfassung der Initiative Qualität.
[Hier geht es zum kompletten Bericht...](#)

Aus: WDR 5, [Kulturmagazin Scala](#) vom 17. Oktober 2017

Anmoderation: *IQ steht nicht nur für den Intelligenz-Quotienten, sondern auch für „Initiative Qualität im Journalismus“ - Getragen unter anderem von den beiden Journalisten-Gewerkschaften und der ARD.ZDF.Medienakademie will man gemeinsam mit Fortbildungen und Tagungen die Presse noch besser machen. Das neunte IQ-Herbstforum befasste sich am gestrigen 16. Oktober beim Deutschlandradio in Berlin mit der Analyse von Lügen und Hass im Netz, aber eben auch mit redaktionellen Strategien dagegen. Denn Propaganda, gezielte Falschmeldungen, persönliche Diskreditierungen und Hassbotschaften sind zwar nichts Neues. Heute aber machen es die sozialen Netzwerke viel einfacher, Lügen und Hass sehr schnell an ein Millionenpublikum zu richten. Mit gravierenden Folgen für das Vertrauen in demokratische Prozesse und die Glaubwürdigkeit der Medien.*

IQ-Herbstforum 2017 – Lügen und Hass im Netz

von Thomas Klatt

Autor: Die Menge der Falschmeldungen in den sozialen Netzen ist kaum noch zu überblicken. Der Kampf dagegen gleicht einer Sisyphosarbeit. Das sagt auch Jutta Kramm vom gemeinnützigen Recherchezentrum Correct!v in Berlin.

O.-Ton Jutta Kramm: „Es geht um das Gift der kleinen Lügen. Es ist hochtoxisch, was da passiert unter dem Radar, was wir überhaupt wahrnehmen, was in geschlossenen Facebook-Gruppen, auch bei Whatsapp passiert. Es gibt massiv irgendwelche kleinen Gerüchte. Ein neues Bild von Menschen, die an einer Bushaltestelle stehen, und das ist der Beweis, dass wir islamisiert werden, weil drei Frauen verhüllt fotografiert werden.“

Autor: Das Problem ist, dass es nicht mehr einen allgemeinen gesellschaftlichen Konsens darüber gibt, was Realität ist. Vielmehr haben sich, befeuert durch die rasanten Möglichkeiten der digitalen Kommunikation, Subkulturen und Subgruppen gebildet, die nur ihre je eigenen Wahrheiten anerkennen. Fachleute sprechen von so genannten Filterblasen: Wer nur Katzen mag, nimmt bald nur noch Nachrichten über Katzen wahr. Oder: Wer sich von Ausländern bedroht fühlt, will bald nicht mehr wahrhaben, dass Flüchtlinge hilfsbedürftige Menschen sind. ZDF-Autor Mario Sixtus.

O.-Ton Mario Sixtus: „Was mir gar nicht gefällt, ist so das Bild vom Informations-Zombie, die vorm Netz hängen und hilflos irgendwelchen Bots von Putin oder den Algorithmen von Marc

Zuckerberg ausgeliefert sind und dann nicht mehr entscheiden können, was sie wollen, weil sie von Facebook hypnotisiert werden. Das ist so ein bisschen Science-Fiction aus den 50er Jahren, wo das Elektrohirn uns sagt, was wir tun sollen. Filterblasen existieren auf jeden Fall, die werden aber aktiv vom Filterblasen-Bewohner erzeugt. Es ist nicht so, dass die im Silicon Valley erzeugt werden und von Google-Balloons irgendwo runter fallen, sondern die werden in Handarbeit gebaut von jedem Einzelnen selber.“

Autor: Real ist nur noch, was die eigene digitale Gruppe gelten lässt. Wahrheiten sind in sozialen Netzwerken oftmals nur noch ein soziales Konstrukt. - Aber Journalisten müssten sich da an die eigene Nase fassen. Auch in Redaktionen gäbe es Filterblasen. Etwa wenn man gleich zu gleich vor allem für ein bildungsbürgerliches Publikum arbeite, weit weniger aber für bildungsfernere Schichten. Oder wenn bestimmte Themen vernachlässigt werden. Zum Beispiel: Flüchtlings-Thema top, Mietenproblematik eher flop. Der Medienkritiker Stefan Niggemeier.

O.-Ton Stefan Niggemeier: „Man stellt fest, dass es da blinde Flecken gibt. Dass Leute, die über andere Themen sprechen als wir Journalisten, dass die nicht deshalb Unsinn reden oder Unrecht haben, sondern hoppla, das ist ja ein Aspekt, den haben nicht die anderen übersehen, sondern den haben wir übersehen. Also dieser Gedanke, dass alle anderen in der Filterblase sind, nur ich selbst nicht, der ist ja 'ne große Illusion.“

Autor: Es gebe oft kein eindeutiges Wahr oder Falsch, sondern es gehe um die Gewichtung von Aussagen. Faktenfinder wie bei der ARD seien gut, aber eben nicht der Weisheit letzter Schluss.

O.-Ton Stefan Niggemeier: „Die AfD hatte behauptet, erstes Oktoberfest-Wochenende ist es menschenleer, Leute haben alle Angst, keiner geht mehr zum Oktoberfest. Der Faktenfinder der ARD hat gesagt, das ist Unsinn, am ersten Wochenende waren 600.000 Leute da, im letzten Jahr waren es nur 500.000. Zu sagen, es gab einen gravierenden Rückgang, ist Unsinn. Wenn man dann aber zurückgeht, stellt man fest, vor zwei Jahren waren es noch eine Million Leute. Das heißt, es gab tatsächlich einen deutlichen Rückgang gegenüber früheren Jahren. Also das sind Fake-News von der AfD: ist richtig, ist aber auch falsch, weil je nach Maßstab, wie war vielleicht auch das Wetter? Und muss ich nicht vielleicht am Ende auch zugeben, vielleicht ist es wirklich so, dass es eine gewisse Zahl von Leuten gibt, die ein ungu-tes Gefühl haben, zurzeit auf Veranstaltungen wie das Oktoberfest zu gehen. Ich glaube, dass das der Fall ist, dass Sachen so unübersichtlich sind. Oft können wir Journalisten nichts anderes machen als zu sagen, Moment mal, es gibt auch andere Perspektiven auf das Bild.“

Autor: Die verschiedenen Aspekte einer Nachricht darzustellen ist die eine Aufgabe von Journalisten. Eine andere ist es, die Redaktionsräume zu verlassen und mit denjenigen ins Gespräch zu kommen, für die man die Medien produziert. Heinrich-Maria Löbbers von der Sächsischen Zeitung in Dresden.

O.-Ton Heinrich-Maria Löbbers: „Weil natürlich die ganze Diskussion über Hate Speech hat dazu geführt, dass Leserkommentare und Lesermeinungen was Schreckliches sind. Man hat Angst davor. Kommt jetzt schon wieder ein Leser, und der nervt und der beschimpft mich. Die Erfahrung haben wir natürlich auch gehabt, als es bei uns in Dresden losging mit Pegida und sie direkt bei uns vorm Haus vor der Tür standen und ‚Lügenpresse‘ brüllten. Da wird man auch erst mal aggressiv. Diese Skeptiker, die Leute, die noch zu retten sind – mit denen versuchen wir, ins Gespräch zu kommen, haben dann zum Beispiel so eine Art Leserplenum eingeführt, wo wir regelmäßig zusammenkommen mit Lesern, haben die renitentesten Leserbriefschreiber mal eingeladen. Und es funktioniert. Da ist viel Frust und viel Ärger. Aber immerhin, sie verfolgen die Zeitung noch, dass man ins Gespräch kommt, man hat die Gelegenheit, Redaktionsabläufe zu erklären, Entscheidungsabläufe zu erklären usw. Und dann sind diese Leute wieder Meinungsbildner in ihren Netzwerken.“

aus: [Homepage Leipzig School of Media vom 17. Oktober 2017](#)

Fake News und Hate Speech: "Die Journalisten brauchen Hilfestellungen"

In vielen Redaktionen tobt momentan eine Debatte um den richtigen Umgang mit Fake News und Hate Speech. Folgerichtig standen diese Themen am Montag (16.10.2017) auch im Mittelpunkt des Herbstforums der Initiative Qualität im Journalismus (IQ) in Berlin. Experten aus Wissenschaft und Praxis diskutierten darüber, was Medienschaffende gezielten Falschmeldungen und Hasrede entgegensetzen können. **Rebecca Nell**, Referentin für Kurse und Seminare an der Leipzig School of Media (LSoM), war dabei und berichtet im Interview, welche Lösungen auf der IQ-Konferenz besprochen wurden.

Frage: Die Diskussion über Fake News und Hate Speech läuft ja schon eine ganze Weile. Was hast Du Neues erfahren?

Rebecca Nell: Die Debatte steckte bislang häufig bei der Beschreibung der Probleme fest. Das war dieses Mal anders. Es wurden konkrete Initiativen gegen Fake News und Hate Speech vorgestellt. Anschließend ging es darum, hieraus Strategien für Redaktionen abzuleiten. Vom ARD-Faktenfinder und dem Fact-Checking-Ressort von Correct!v hatte man zwar vorher schon gehört, aber es war sehr interessant, von den Machern selbst zu hören, welche Erfahrungen sie machen. Besonders spannend fand ich den Vortrag von Dr. Wiebke Loosen vom Hans-Bredow-Institut in Hamburg. Sie arbeitet momentan zusammen mit IT-Fachleuten an einer Software zur automatisierten Kommentaranalyse. In Zukunft könnte also ein Algo-

rhythmus Journalisten auf Hate Speech aufmerksam machen. Frau Loosen hat dabei aber klar gemacht, dass weiterhin Menschen die Entscheidungen treffen müssen.

Welche weiteren Lösungsansätze wurden besprochen?

Einen interessanten Punkt hat der Kommunikationswissenschaftler Prof. Dr. Andreas Vogel angesprochen, der für die Friedrich Ebert Stiftung eine Studie über Nutzerkommentare in der Online-Öffentlichkeit geschrieben hat. Er sagte, dass es gar keinen Zweck hat, wenn Journalisten jetzt anfangen, in irgendwelche Filterblasen ihrer Leser einzutauchen, um diese zu verstehen. Viel wichtiger wäre es, dass die Journalisten direkt mit ihren Lesern sprechen, mit ihnen Beziehungen aufbauen und ihre reale Lebenswelt abbilden.

Konkrete Vorschläge hat auch Ellen Wesemüller von den Neuen deutschen Medienmachern gemacht. Sie engagiert sich auch im No-Hate-Speech-Movement. Mehrere Kollegen arbeiten dort gerade an einem Leitfaden für Redaktionen im Umgang mit Hate Speech. Anfang des Monats gab es dazu auch eine weitere Konferenz. Einige Ansätze kann man in einem Radiobeitrag des Bayerischen Rundfunks bereits nachhören.

Welche Rolle hat das Thema Aus- und Weiterbildung gespielt?

Bildung war ein großes Thema. Die Diskussion konzentrierte sich jedoch vor allem auf das Thema Medienpädagogik. Es wurde wie immer bemängelt, dass Medienkompetenz in Schulen nicht ausreichend vermittelt wird und Lehrer hierfür nicht ausgebildet sind. Bemerkenswert fand ich den Hinweis von Jutta Kramm von Correctiv dazu. Sie wies darauf hin, dass junge Menschen beim Thema Hassrede momentan ja gar nicht so sehr das Problem sind, sondern vielmehr die älteren Erwachsenen. Insofern müsste Erwachsenenbildung viel stärker beachtet werden als bislang.

Die LSoM bietet kommendes Jahr erstmals das Seminar Community Management im Journalismus an. Der Umgang mit Hate Speech ist dabei ein wichtiger Programmpunkt. Sehen die Medienmacher denn bei sich selbst auch die Notwendigkeit, etwas dazuzulernen?

Ich habe den Eindruck, dass noch immer große Uneinigkeit darüber besteht, welche Rolle Journalisten in Zukunft zu erfüllen haben. Sollten Journalisten Debatten überhaupt moderieren? Sollen sie Community Manager sein? Hier hinkt die Diskussion der Realität in den Redaktionen hinterher. Denn auch die IQ-Konferenz hat deutlich gezeigt: Die Journalisten, die jetzt im Beruf stehen, brauchen Hilfestellungen. Das betrifft nicht nur den Aspekt Hassrede, sondern die gesamte Kommunikation zwischen Redaktionen und Mediennutzern. Thematisch liegen wir deshalb mit unserem Seminar absolut richtig. Ob die Medienunternehmen und Journalisten das Angebot auch annehmen, wird sich zeigen.

Die Fragen stellte: Alexander Laboda

Aus: [Neues Deutschland](#) vom 20. Oktober 2017

Filterblasen platzen lassen

Was tun gegen Hass und Lügen in den sozialen Netzwerken?

Von Thomas Klatt



Im Netz bastelt sich jeder seine Welt, wie er sie sieht: Was dem einen süße Kätzchen sind, sind dem anderen bedrohliche »Kopftuch-Mädchen«. Foto: iStock/Remains

Die Bezeichnung IQ steht nicht nur für den Intelligenz-Quotienten, sie ist auch die Abkürzung für »Initiative Qualität im Journalismus«, die unter anderem von den beiden deutschen Journalisten-Gewerkschaften DJV und dju in ver.di sowie der ARD.ZDF.Medienakademie getragen wird. Gemeinsam will man etwa mit Fortbildungen die Qualität der Berichterstattung in den Medien verbessern, aber auch Hass und Lügen in den sozialen Netzwerken etwas entgegensetzen. Propaganda, gezielte Falschmeldungen oder persönliche Diskreditierungen sind zwar nichts Neues. Heute aber ist es über die sozialen Netzwerke viel einfacher, Lügen und Hass in Sekundenschnelle an ein Millionenpublikum zu richten. Die Menge der Falschmeldungen in den sozialen Netzen ist dabei kaum noch zu überblicken. Der Kampf dagegen gleicht einer Sisyphusarbeit.

»Es geht um das Gift der kleinen Lügen in geschlossenen Facebook-Gruppen oder auch bei WhatsApp. Da ist zum Beispiel das Bild von Menschen an einer Bushaltestelle. Drei Frauen tragen ein Kopftuch. Das ist dann der Beweis, dass wir islamisiert werden«, illustrierte Jutta Kramm vom gemeinnützigen Recherchezentrum Correct!v zu Beginn dieser Woche auf einer Tagung der IQ-Initiative in Berlin ihre tägliche Arbeit gegen solche Fake News.

Das Problem ist, dass es nicht mehr einen allgemeinen gesellschaftlichen Konsens darüber gibt, was Realität ist. Befeuert durch die rasanten Möglichkeiten der digitalen Kommunikation haben sich Subkulturen und Subgruppen gebildet, die nur ihre je eigenen Wahrheiten anerkennen. Fachleute sprechen von Filterblasen: Wer nur Katzen mag, nimmt bald nur noch Nachrichten über Katzen wahr. Oder: Wer sich von Ausländern bedroht fühlt, will bald nicht mehr wahrhaben, dass Flüchtlinge hilfsbedürftige Menschen sind.

»Es ist nicht so, dass Filterblasen im Silicon Valley erzeugt werden und von Google-Ballons irgendwo herunterfallen, sondern die werden von jedem Einzelnen selber in Handarbeit gebaut«, meinte ZDF-Medienexperte Mario Sixtus. Real sei dann nur noch, was die eigene digitale Gruppe gelten lasse. Aber Journalisten müssten sich an die eigene Nase fassen. Auch in Redaktionen gebe es Filterblasen. Etwa, wenn man Politik und Gesellschaft aus der Perspektive eines bildungsbürgerlichen Publikums betrachte und weniger aus der Sicht sozial abgehängter Schichten. Oder wenn bestimmte Themen vernachlässigt würden; etwa steigende Mieten oder Altersarmut.

aus: [BDZV online](#) vom 17. Oktober 2017

17. Oktober 2017 | [Veranstaltungen](#)

IQ-Herbstforum: Mit Qualität gegen Lügen und Hass im Netz



Foto: BDZV/Falk

Beim Neunten Herbstforum der [Initiative Qualität im Journalismus](#) (IQ) haben am 16. Oktober in Berlin etwa achtzig Branchen-Experten darüber diskutiert, was Medien-Akteure ändern müssen, um Fake News und Vertrauensverlust, Desinformation und Denunziation zu verhindern. Im Mittelpunkt der vom Journalisten Werner Lauff moderierten Tagung standen das

Spannungsverhältnis zwischen Fake und Fakten sowie redaktionelle Strategien im Umgang mit Hassbotschaften. Der BDZV ist Mitglied der Initiative.

↓ [Hier finden Sie die Pressemitteilung zum Download.](#)

Aus: [kress](#) vom 24. Oktober 2017

Sieben Tipps zum Umgang mit Hate Speech

Von Anna von Garmissen

Bösartige Nutzerkommentare unter Online-Artikeln oder in Facebook-Debatten gehören leider zum Alltag vieler Medien. Was können Redaktionen tun, um das Gesprächsklima zu verbessern? kress.de hat einige Profi-Tipps zusammengestellt.

"Knallt die stinkende Nigger-Bande einfach ab." Dieser unfassbar niederträchtige Satz – ein Mordaufruf! – stand 26 Stunden lang in einer Kommentarspalte auf der Facebookseite von Focus Online. Er ist eines der auf-rüttelndsten Beispiele, die Ellen Wesemüller ihrem Publikum auf der IQ-Journalismuskonferenz in Berlin zumutet. Drohungen und Beleidigungen in den Nutzerkommentaren deutscher Medien haben bedenklich zugenommen – insbesondere rassistische, sexistische oder anders geartete Herabwürdigungen von Minderheiten. Nicht selten sind Anfeindungen auch direkt gegen Medienschaffende gerichtet: Einer Umfrage unter knapp 800 Journalisten zufolge waren 42 Prozent von ihnen vergangenes Jahr selbst Angriffen ausgesetzt. Mehr als die Hälfte der betroffenen Journalisten berichtet von psychischen Belastungen.

Ellen Wesemüller, Redaktionsleiterin der Neuen Deutschen Medienmacher, will Redaktionen dabei helfen, gegen diese Entwicklung anzugehen. Das Journalisten-Netzwerk koordiniert unter anderem die "No Hate Speech"-Kampagne des Europarats in Deutschland. Gemeinsam mit weiteren Profis aus Journalismus und Forschung gab Wesemüller in Berlin Empfehlungen, wie man die Auswüchse in den Nutzerkommentaren bekämpft und ihnen vielleicht sogar vorbeugen kann. kress.de fasst die wichtigsten Tipps zusammen:

1. Tauscht euch aus!

Um Hassbotschaften effektiv einordnen und abwehren zu können, ist es wichtig, sich gegenseitig zu informieren. Redaktionen sollten eine Anlaufstelle für Betroffene einrichten. Sinnvoll sind auch regelmäßige Treffen, Schulungen und juristische Beratungen – je nachdem, wie hoch das Aufkommen der Hate Speech ist.

2. Legt einen Ablaufplan fest!

Ein detaillierter Ablaufplan, der im Intranet hinterlegt ist, Argumentationsketten der Hater aufnimmt und Empfehlungen gibt, kann extrem hilfreich sein, wenn es darum geht, zügig und strukturiert auf Hasskommentare oder gar Shitstorms zu reagieren. Ellen Wesemüller rät dazu, die Strategien der Hater zu analysieren: Handelt es sich um Propaganda? Pseudowissenschaft? Um personalisierte Lügen? Um Rassismus, der im Gewand "Ich bin kein Rassist, aber ..." daherkommt? Gegenstrategien können beispielsweise darin bestehen, auf Widersprüche hinzuweisen, Quellen einzufordern, humorvoll zu kontern oder – wenn gar nichts hilft – den User zu sperren und diese Sperrung für die Nutzer transparent zu begründen.

3. Meldet justiziable Inhalte!

Geschmacklose Meinungsäußerungen und krude Argumente mögen ein Ärgernis sein, doch das muss eine Debatte aushalten. Anders sieht es bei persönlichen Beleidigungen oder Volksverhetzung aus. Gegen solche Inhalte kann und sollte man vorgehen. Ist man selbst Zielperson einer Beleidigung, empfehlen die Neuen Deutschen Medienmacher: Screenshot anfertigen, Personalausweis bereithalten und Strafanzeige bei der Polizei oder Staatsanwaltschaft erstatten. Ist eine andere Person betroffen: den- oder diejenige kontaktieren, Hilfe anbieten und über die Möglichkeit einer Anzeige informieren. Ist man unsicher, ob ein Inhalt strafbar ist, sollte man den Moderator informieren und/oder den Kommentar beim jeweiligen Netzwerk – z.B. Facebook oder Twitter – melden. Screenshot nicht vergessen!

4. Stellt Kommunikationsregeln auf!

Wer online geht, begibt sich in die Öffentlichkeit – selbst wenn er oder sie das heimische Sofa nicht verlässt. Nicht jedem User sei diese Banalität klar, sagt der Kölner Medienforscher Andreas Vogel, der für die Friedrich-Ebert-Stiftung eine große Studie zu Nutzerkommentaren verfasst hat. Und auch die Redaktionen, so Vogel weiter, machten sich viel zu wenig Gedanken zu der Frage: Wer soll in welchen Rollen diskutieren? Facebook etwa ist – im Gegensatz zur eigenen Website – nicht das Hoheitsgebiet der Verlage und Medienunternehmen. Transparente Kommunikationsregeln und eine angewandte Netiquette sind daher das A und O für einen fruchtbaren Austausch.

5. Moderiert die Debatte!

Was nützt Netiquette, wenn sie nicht eingehalten wird? Wer Diskussionen über die eigenen Inhalte unbeobachtet laufen lässt, riskiert vor allem bei bestimmten Reizthemen, dass Hater die "Meinungshoheit" übernehmen. Allerdings sollten Moderatoren auch genau hinschauen, bevor sie eingreifen, damit sie wichtige Debatten nicht im Keim ersticken. Kritik ist nicht nur ok, sondern erwünscht! Und wenn ein Nutzer in einer Diskussion über rechtsextreme Fußballfans äußert, dass man sich auch um Probleme mit Linksextremen kümmern sollte, ist das vielleicht nicht zielführend, aber auch noch kein Hate Speech.

6. Reagiert zeitnah!

26 Stunden lang stand der eingangs zitierte Facebook-Kommentar offenbar unentdeckt und daher ungelöscht online. So etwas darf nicht passieren. Das ist allerdings leicht gesagt und oft nur schwer einzuhalten angesichts wahrer Kommentarfluten. Rund 20.000 sammeln sich etwa täglich auf den Seiten von Focus Online. Bei der "Tagesschau" sind es zwischen 12.000 und 15.000 Kommentaren pro Tag. Zwar gibt es Filter und arbeiten Informatiker – etwa in Kooperation mit dem Hamburger Hans-Bredow-Institut – bereits an Algorithmen, die Kommentare mit bestimmten Inhalten identifizieren, doch das ist noch längst nicht ausgefeilt. Zurzeit bedarf es also noch menschlichen Personals, das nicht nur zu Bürozeiten, sondern rund um die Uhr ein Auge auf die Diskussionen der Community haben sollte. Ist dies nicht gewährleistet, gilt es ernsthaft abzuwägen: Wo sind Kommentare sinnvoll? Was kann die Redaktion leisten? Und an welchen Stellen ist es besser, die Kommentarfunktion abzuschalten?

7. Überprüft Eure Auftritte

Wer Hate Speech von vornherein vermeiden oder zumindest ihre Wahrscheinlichkeit verringern will, kann auch proaktiv beim eigenen Medienauftritt ansetzen. Laut Ellen Wesemüller spielen Quantität und Qualität der Veröffentlichungen eine große Rolle: Wer in hoher Frequenz postet und meldet, häufig emotionale Themen aufgreift und Clickbaiting betreibt, läuft erhöhte Gefahr, Trolle anzuziehen. Unklug sei es auch, alle Kommunikationskanäle auf einer Seite zu bündeln, sagt Wesemüller. Denn so ist ein Management der Kommentarspalten kaum noch möglich. Der Einsatz von Filtersoftware kann zumindest helfen, die hohe Anzahl an Kommentaren einigermaßen in den Griff zu bekommen.

Hintergrund: Grundlage dieses Textes sind ein Impulsvortrag von Ellen Wesemüller, Redaktionsleiterin Neue Deutsche Medienmacher, sowie die Podiumsdiskussion "Agieren und reagieren: Redaktionelle Antworten auf Hassbotschaften" mit Dr. Wiebke Loosen vom Hans-Bredow-Institut, Heinrich Maria Löbbers von der "Sächsischen Zeitung", dem Dortmunder Nordstadtblogger Alexander Völkel sowie Prof. Dr. Andreas Vogel. Das Panel war Teil des Herbstforums der Initiative Qualität im Journalismus am 16. Oktober 2017 in Berlin. Weitere Informationen zum Umgang mit Hasskommentaren gibt es etwa auf <https://no-hate-speech.de/>

Aus: *journalist*, Ausgabe November/2017



Aus: Deutschlandradio vom 24. Oktober 2017

Umgang mit Online-Kommentaren

Kluge Antworten auf Hassbotschaften

Propaganda, Beleidigungen und Hass. Viele Medien müssen in ihren Online-Angeboten mit schwierigen Kommentaren umgehen. Die Verantwortlichen reagieren unterschiedlich – unter anderem mit mehr Beteiligung der Nutzer.

Von Thomas Klatt

"Mein Hauptvorwurf an die Medien ist, dass die Journalisten die Schleusen geöffnet haben, ohne sich darüber klar zu machen, was sie tun. Es war weder eine Vorstellung da, was auf einen zukommt. Noch war eine klare Vorstellung, was man erreichen will, noch war klar, in welcher Rolle man sein Publikum beteiligen will, als Rezipient, als Bürger, als Experte. Und jeder glaubte gleich, er hat jetzt hier 'ne Diskursfläche geschaffen, was absurd ist. Viele wollten einfach mal nur lautstark ihre Meinung sagen und gut ist", schimpft der Kommunikationswissenschaftler Andreas Vogel. Wenn einfach jeder alles sagen dürfe, zumal noch anonym, könne man keinen vernünftigen Gedankenaustausch mehr erwarten.

"Und das ist mein Hauptvorwurf an die Nutzung von Facebook. Da wird ein Raum genutzt, bei dem die Kommunikationshoheit gar nicht bei den Verlagen liegt. Ich kann ja verstehen, das bringt große Reichweiten, die eigene Foren nicht gebracht haben, weshalb viele ihre eigenen Foren zugeschlossen haben. Aber man darf sich dann nicht wundern. Wenn man mitheult, dann ist das so."

Vielmehr müsse die Auseinandersetzung auf Online-Kommentarseiten qualifiziert moderiert werden mit Kenntnis darüber, wer nun genau an der Diskussion teilnimmt. Natürlich dürften sich Redaktionen aus Angst vor Kritik nicht abschotten. Vielmehr sollten sie mit Lesern, Hörern und Zuschauern den Kontakt suchen. Und das könne durchaus auch sehr persönlich werden.

"Es kommt drauf an bei diesem Hassbürger, wo kommt der her? Wenn das ein Leser von mir ist, ein Zuhörer von mir ist, wo ich das weiß, dass er das ist, dann würde ich den in der Tat zu Hause aufsuchen."

So weit will man bei der Sächsischen Zeitung in Dresden nicht gehen. Aber in Zeiten zunehmenden Bürger-Unmutes würden neue Wege der Leserbindung immer wichtiger, meint Redakteur Heinrich Maria Löbbers, "weil wir feststellen, dass genau das den Leuten fehlt, den

Kontakt zu den Journalisten zu haben und Einblick in die redaktionelle Arbeit zu haben. Zu verstehen, was machen die da eigentlich in der Zeitung."

Löbbers erklärt: "Was wir zum Beispiel gemacht haben, ist, ein Leserplenum einzuberufen, wo wir ein Dutzend, 15 Leser haben, die sich einmal im Monat treffen mit der Redaktion und auch Forderungen aufstellen zum Beispiel, was den Umgang mit Leserbriefen angeht, müssen die alle abgedruckt werden? Versuchen, eine Art Leserparlament zu haben."

Aber nicht jeder will mit sich reden lassen. Den fanatischen und unverbesserlichen "Lügenpresse"-Krakeelern müsse man ihre Grenzen aufzeigen. Bei extremen Hetzkommentaren macht Alexander Völkel vom Dortmunder Onlineportal "Nordstadtblogger" vor der Löschung noch einen Screenshot, damit er ihn an die ermittelnde Staatsanwaltschaft schicken kann.

"Gegen Hassmails pflegen wir einen ganz offensiven Umgang. Wir setzen uns mit Kommentatoren auseinander. Wir sprechen sie auch an, sofern identifizierbar. Ansonsten gehen wir, wenn es wirklich volksverhetzende Inhalte sind, gehen wir sehr rigide gegen vor, weisen auch darauf hin, dass wir sie löschen, und wenn es justiziabel ist, erstatten wir auch Anzeige. Es gibt kein Recht auf einen Kommentar und erst recht nicht für Hass und Hetze, und das machen wir dann auch sehr deutlich."

Viele User seien sich allerdings der Tragweite ihres Tuns oftmals gar nicht bewusst, wenn sie ihren Unmut über die sozialen Netzwerke verbreiten und damit öffentlich machen. Da brauche es mehr Aufklärung und neue Medienformate, meint der Presseforscher Andreas Vogel.

"Mein Plädoyer ist: intelligente Systeme der Beteiligung des Publikums, die auch Freiflächen für Publikum lassen, das selber Programm gestaltet, das könnten schon mal gute Berührungspunkte sein, die den Journalisten keine Ressourcen kosten, weil man da andere Begleiter braucht als Journalisten. Das wären eben mehr Medienpädagogen, Sozialarbeiter – alles Leute, die mit Film, Hörfunk, Zeitung umgehen können, aber keine Journalisten sind."

Weitere Hörfunkbeiträge über das IQ-Herbstforum:

Bayerischer Rundfunk: <http://www.br.de/radio/b5-aktuell/sendungen/medienmagazin/medien-iq-herbstforum-mehr-auf-die-user-hoeren-100.html>

Saarländischer Rundfunk: <http://sr-mediathek.de/index.php?seite=7&id=15788&pnr=0>

Auswahl von Tweets #iqf17 und #iq17

Top Twitter Trends vom 16. Oktober 2017

TOP TWITTER TRENDS FOR GERMANY NOW					
6 hours ago	7 hours ago	8 hours ago	9 hours ago	10 hours ago	11 hours ago
#HuaweiMate10	#HuaweiMate10	#HuaweiMate10	#Welternährungstag	#kmk17	#MondayMotivation
#kmk17	#kmk17	#Welternährungstag	#IQF17	#IQF17	#DSM17
#MeToo	#IQF17	#kmk17	#kmk17	#Welternährungstag	#Welternährungstag
#GravitationalWaves	#Welternährungstag	#MeToo	#MeToo	#MondayMotivation	#kmk17
Kolumbien	#COP23	#IQF17	#MondayMotivation	#MeToo	#MeToo
#KRACK	Hochrechnung	Wandel	Wandel	Wochenstart	Wochenstart
Preise	Wochenstart	Ergebnis	Regionen	Regionen	Nebel
Wochenstart	Sebastian Kurz	Hochrechnung	Ergebnis	Ergebnis	Ergebnis
#Welternährungstag	#COLGER	Wochenstart	Hochrechnung	Hochrechnung	Hochrechnung
#IQF17	#MeToo	#MondayMotivation	Wochenstart	Landtag	Landtag

Nordstadtblogger.de @Nordstadtblog · 16. Okt.
 Gespannt: Nordstadtblogger wurde von der Initiative für Qualität im Journalismus nach #Berlin eingeladen #Dortmund #Nordstadt ##IQF17 – bei DeutschlandRadio

Vor Ort NRW @VorOrtNRW · 5. Okt.
 Am 16.10 in Berlin: Herbstforum d Initiative Qualität: Mit Qualität gegen Lügen & Hass im Netz #IQF17 #Journalismus initiative-qualitaet.de

Renate Schroeder @renatemargot · 16. Okt.
 I am participating at #IQF17 'With quality against lies & hate in the net' by Initiative Qualität @DJVde @djuverdi #mediaagainsthate – bei DeutschlandRadio

Original (English) übersetzen

Gudrun Bayer @GudrunBayer · 16. Okt.
 Wunderbares Gebäude für so eine Konferenz zu Qualität im Journalismus. #riasberlin #IQF17

Rike Woelk @rwoelk · 16. Okt.
 Heute für den ARD-Faktenfinder bei "Mit Qualität gegen Lügen und Hass im Netz" #IQF17 #faktenfinder initiative-qualitaet.de

Alexander Völkel @alexpresse · 16. Okt.
 Danke für die Einladung zur #IQF17

Nordstadtblogger.de @Nordstadtblog
 Gespannt: Nordstadtblogger wurde von der Initiative für Qualität im Journalismus nach #Berlin eingeladen #Dortmund #Nordstadt ##IQF17

Wiebke Loosen @WLoosen · 16. Okt.
„Journalismus muss dauerhaft besser sein als seine Kritiker“, sagt Andreas-Peter Weber #IQF17

Wiebke Loosen @WLoosen · 16. Okt.
Mit Qualität gegen Hass im Netz (?): geht los #IQF17

Anton Sahlender @MP_Leseranwalt · 16. Okt.
Los geht's #IQF17

Wiebke Loosen @WLoosen · 16. Okt.
Nee, #IQF17 sollte es sein...

Wiebke Loosen @WLoosen
.@Tanjev in (s)einer Doppelrolle als Journalist und Prof. zu Vertrauen in Journalismus #ifc2017

Renate Schroeder @renatamargot · 16. Okt.
Good journalism can only survive when it is better than its loud critics introduces Andreas Peter Weber from Deutschland Radio #IQF17 forum

BDZV @BdzvPresse · 16. Okt.
Eröffnung #IQF17 mit Grußwort von Andreas-Peter Weber vom #Deutschlandradio initiative-qualitaet.de

Anton Sahlender @MP_Leseranwalt · 16. Okt.
Die Mitte schrumpft, zeigt @Tanjev #IQF17 #Journalismus #Medien

Kathrin Konyen @KathrinKonyen · 16. Okt.
Auflage geht runter? Kann an fehlendem Medienvertrauen liegen. Muss aber nicht. @tanjev #IQF17

Rike Woelk @rwoelk · 16. Okt.
Das Vertrauen der Menschen in die Medien sinkt - und steigt! Spannende neue Forschungsergebnisse von @Tanjev #IQF17

MEDIENVERTRAUEN BEI WICHTIGEN DINGEN (%)
Frage: „Wie für das, wenn es um wirklich wichtige Dinge geht – etwas Umweltprobleme, Gesundheitsgefahren, politische Skandale. Wie sehr kann man da den Medien vertrauen?“

Kategorie	Sehr	Wenig	Kein
Umweltprobleme	11%	31%	58%
Gesundheitsgefahren	11%	31%	58%
politische Skandale	11%	31%	58%

Quelle: https://www.ipsos.com/de/ipsos-berlin/medienvertrauen-2017

Jörg Prostka @jprostka · 16. Okt.
So sieht die (statistische) Verknüpfung von Vertrauen und Misstrauen in die Medien aus. Aha 🤔 #IQF17

Quelle: D. Guiring, M. Ziegler, H. Jarkob, C. Schomer, T. Schulte: Healthy Skepticism, Harmful Cynicism. Paper „International Journal of Press/Politics“ Conference, 27.29.9. 2017, Oxford.

Wiebke Loosen @WLoosen · 16. Okt.
Glaube an Verschwörungstheorien - well... #IQF17 @Tanjev

GLAUBE AN VERSCHWÖRUNGSTHEORIEN (%)

- „Die Medien und die Politik arbeiten Hand in Hand, um die Bevölkerungsmeynung zu manipulieren.“ 27%
- „Flugzeuge versprühen im Auftrag von Regierungen Chemikalien, um Wetter und Klima zu verändern.“ 18%
- „Die Amerikaner sind nie auf dem Mond gelandet.“ 17%
- „Die Anschläge auf das World Trade Center am 11. September 2001 wurden von den USA selbst inszeniert.“ 17%

Quelle: https://www.ipsos.com/de/ipsos-berlin/verschwörungstheorien-2017

Kathrin Konyen @KathrinKonyen · 16. Okt.
Studie zu Medienvertrauen der Uni Mainz: „Polarisierung ist besorgniserregend“, meint @Tanjev #IQF17

Wiebke Loosen @WLoosen · 16. Okt.
Kann das Publikum überhaupt „vernünftig“ sein? Habe ich das richtig verstanden? #IQF17

Journalisten-Verband @DJVde · 16. Okt.
Zyniker haben ein besonders hohes Misstrauen in die Medien, so Prof. @Tanjev. Skeptiker könne man hingegen eher noch zurückgewinnen. #IQF17

Nicola Balkenhol @nic1 · 16. Okt.
„Mühe geben müssen sich Journalisten schon.“ @Tanjev beim #iqf17

Quelle: https://www.ipsos.com/de/ipsos-berlin/medienvertrauen-2017

BDZV @BdzvPresse · 16. Okt.
 Initiativen gegen Fakes: Interview mit @rwoelk vom #ARD-Faktenfinder & @JuttaKramm von @correctiv_org #IQF17



1 2 3

Felix Irmer @fexi · 16. Okt.
 Kann man mit Qualität gegen Lügen und Hass im Netz vorgehen und Vertrauen in die Medien steigern? Gespannt auf das 9. IQ-Herbstforum. #IQF17

1 2

LeipzigSchoolofMedia @LSoM_News · 16. Okt.
 Beim Thema Faktencheck ist mehr mehr! @JuttaKramm und @rwoelk berichten über ihre wertvolle Arbeit! #iqf17 #faktencheck



1 4 2

Wiebke Loosen @WLoosen · 16. Okt.
 Schwierigkeiten bei der Messung von Medienvertrauen sowie bei der Berichterstattung über die Messungen @Tanjev #IQF17



1 2

Türkische Gemeinde @tgd_att · 16. Okt.
 Prof. @Tanjev Schultz: Mit Qualität gegen Lügen und Hass im Netz. #IQF17



1 2

EpicBot @EpicsBot · 16. Okt.
 #IQF17 pfeift undeutlich

1

Wiebke Loosen @WLoosen · 16. Okt.
 Umfrage zu Medienvertrauen: geschrumpft ist die Mitte #IQF17 #IQF17

MEDIENVERTRAUEN BEI WICHTIGEN DINGEN (%)
 Frage: „Wie ist das, wenn es um wirklich wichtige Dinge geht – etwa Umweltprobleme, Gesundheitsgefahren, politische Skandale. Wie sehr kann man da den Medien vertrauen?“

Jahr (n)	Man kann eher nicht/überhaupt nicht vertrauen (%)	Teils teils (%)	Man kann eher/voll und ganz vertrauen (%)
2010 (n = 1200)	17	37	46
2015 (n = 500)	14	51	35
2008 (n = 850)	7	42	51

■ Man kann eher nicht/überhaupt nicht vertrauen ■ Teils teils ■ Man kann eher/voll und ganz vertrauen

Nicola Balkenhol @nic1 · 16. Okt.
 Wie unterscheiden sich Mediennutzer und Medienfans? @Tanjev bei #iq17 im Funkhaus von @difkultur

	Mediennutzer (hohes Misstrauen)	Medienfans (hohes Vertrauen)
Soziodemographie	Keine auffälligen Unterschiede	
Interpersonales Vertrauen und Institutionenvertrauen	Niedrig	Höher
Einstellungen zur Politik/Demokratie	Negativer, eher Zuspruch zu links und ca. rechtem Rand	Positiver, mehr Zuspruch zu den etablierten Parteien
Blick auf Ökonom. Entwicklung	Höhere Zukunftsangst	Niedrigere Zukunftsangst
Mediennutzung	Leicht weniger „Mainstream“, mehr alternative Quellen	Vor allem „Mainstream“
Verschwörungsmentalität	Stärker ausgeprägt	Schwächer ausgeprägt

Quelle: N. Jochims, I. Schulte, M. Ziegels, C. Salmeron, O. Düring: Mediennutzer und Mediennutzer. Merkmale eines getrennten Publikums, Manuskript 2017.
 Lizenz: Creative Commons Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 International

Wiebke Loosen @WLoosen · 16. Okt.
 Berlin, Berlin, wir fahren nach Berlin - zur IQ und zum Thema "Mit Qualität gegen Lügen und Hass im Netz" #IQF17 initiative-qualitaet.de

Junge im DJV @DJVJung · 16. Okt.
 Klar brauchen wir ein Schulfach Medienkompetenz, meint @sixtus. Er frage sich nur, wer das unterrichten solle. #IQ17 #Digitalisierung

Marina Friedt @mfriedt_hh · 16. Okt.
 Auf dem Weg zum Herbstforum der #InitiativeQualität beim @DLR_de am Hans-Rosenthal-Platz im sonnigen #Berlin zum Thema #Fakenews #IQ17

Nicola Balkenhol @nic1 · 16. Okt.
 „Normativer Vierfelder-Kampf“: Berechtigtes vs. unberechtigtes Misstrauen der Mediennutzer @Tanjev beim #iq17

	„Gute“ Medienleistung	„Schlechte“ Medienleistung
Publikum urteilt „vernünftig“	berechtigtes Vertrauen	berechtigtes Misstrauen
Publikum urteilt „unvernünftig“	unberechtigtes Misstrauen	unberechtigtes Vertrauen
	oder: Vertrauen aus falschen Gründen	oder: Misstrauen aus falschen Gründen

Journalisten-Verband @DJVde · 16. Okt.
 Medienvertrauen bleibt insgesamt seit Jahren relativ stabil, zeigt @Tanjev am Langzeitvergleich von Umfragen. #IQF17

Entwicklung des Medienvertrauens in Deutschland 1990-2015.

- FD Adressbuch: ziemlich/ sehr viel Vertrauen in "die Zeitungen"
- Europäer/World Values Studies: ziemlich/ sehr viel Vertrauen in "die Presse"
- Zapp/Infotexte: dieses/ großes/sehr großes Vertrauen in "die Medien"
- Reuters Institute: Vertrauen "von Medien Nachrichten" sinken
- Infotexte: dieses/ großes/sehr großes Vertrauen in "die Zeitungen"
- Zapp/Infotexte: dieses/ großes/sehr großes Vertrauen in die "Darstellung der Medien"

Langzeitstudie - Synopse der Kollegen in München

Wiebke Loosen @WLoosen · 16. Okt.
 Definition Fake News beim @ARDde Faktenfinder: „Gezielte Falschmeldung zur Unterstützung einer politischen Agenda“ @rwoelk #iqf17

Junge im DJV @DJVJung · 16. Okt.
 @rwoelk (@faktenfinder) und @juttakramm (@correctiv_org) berichten über Initiativen gegen Fakes. Je schneller, desto bessere Wirkung. #IQF17



The screenshot shows a stage presentation. A large screen displays the following text: "Interviews: Fakten schaffen: Initiativen gegen Fakes". Below this, it lists "Werner Lauff im Gespräch mit" and mentions "Rike Woelk, ARD-Faktenfinder, Hamburg" and "Jutta Kramm, Fact-Checking Ressort Correctiv, Berlin". The stage has a "Deutschlandradio" logo on the left and a "mediens" logo on the right. There are two people seated on the stage.

Journalisten-Verband @DJVde · 16. Okt.
 Korrekturen von #FakeNews müssten gezielt dort lanciert werden, wo sie sich verbreiten, betont @JuttaKramm. Fokus liege auf Facebook. #IQ17



The screenshot shows a stage presentation. A large screen displays the following text: "Interviews: Fakten schaffen: Initiativen gegen Fakes". Below this, it lists "Werner Lauff im Gespräch mit" and mentions "Rike Woelk, ARD-Faktenfinder, Hamburg" and "Jutta Kramm, Fact-Checking Ressort Correctiv, Berlin". The stage has a "Deutschlandradio" logo on the left and a "mediens" logo on the right. There are two people seated on the stage.

Philipp Blanke @PBlanke1 · 16. Okt.
 Sehr wichtige Debatte über transparente Recherchen bei der Initiative Qualität im Journalismus beim Deutschlandradio #IQF17



The screenshot shows a large audience seated in a hall, facing a stage. A large screen on the stage displays the following text: "Diskussion: Fakten schaffen: Initiativen gegen Fakes". Below this, it lists "Werner Lauff im Gespräch mit" and mentions "Stefan Niggemeier, Übermedien, Berlin", "Jutta Kramm, Fact-Checking Ressort Correctiv, Berlin", "Prof. Dr. Stephan Ruß-Mohl, Europ. Journalism Observatory, Lugano", "Mario Sixtus, ZDF-Autor, Berlin", and "Rike Woelk, ARD-Faktenfinder, Hamburg". The stage has a "Deutschlandradio" logo on the left and a "mediens" logo on the right.

Journalisten-Verband @DJVde · 16. Okt.
 Fake News sind für Facebook ein gutes Geschäft, so Prof. Ruß-Mohl. Wenn sie viral gehen, sprudeln die Werbeeinnahmen. #IQ17



The screenshot shows a stage discussion with four panelists seated on a stage. A large screen displays the following text: "Diskussion: Fakten schaffen: Initiativen gegen Fakes". Below this, it lists "Werner Lauff im Gespräch mit" and mentions "Stefan Niggemeier, Übermedien, Berlin", "Jutta Kramm, Fact-Checking Ressort Correctiv, Berlin", "Prof. Dr. Stephan Ruß-Mohl, Europ. Journalism Observatory, Lugano", "Mario Sixtus, ZDF-Autor, Berlin", and "Rike Woelk, ARD-Faktenfinder, Hamburg". The stage has a "Deutschlandradio" logo on the left and a "mediens" logo on the right.

Junge im DJV @DJVJung · 16. Okt.
Der Gedanke, dass alle anderen in der Filterblase sind, nur wir selbst, die Journalisten, nicht, ist eine große Illusion, so @niggi #iqf17.

Junge im DJV @DJVJung · 16. Okt.
Filterblasen existieren, werden aber aktiv vom Filterblasenbewohner selbst erzeugt, betont @sixtus bei #IQF17. Es geht also um's Individuum.

Anna von Garmissen @avg_jour · 16. Okt.
.@WLoosen: "Im heutigen Journalismus geht es nicht um das Verkünden von Wahrheiten, sondern um das Bewerten und Vergleichen." #IQF17

Türkische Gemeinde @tgd_att · 16. Okt.
"Wir müssen die Skeptiker*innen überzeugen und dürfen nicht den Zyniker*innen hinterherlaufen." #IQF17

Nicola Balkenhol @nicy1 · 16. Okt.
„Wir untersuchen nicht, wenn Leute behaupten, in Hamburgern werde Menschenfleisch verarbeitet.“ @JuttaKramm von @correctiv_org beim #iqf17

Journalisten-Verband @DJVde · 16. Okt.
„Der Gedanke, dass alle in Filterblasen sind, außer man selbst, ist eine große Illusion.“ Redaktionen müssen mehr zuhören. @niggi #IQ17



Diskussion:

Fakten schaffen: Initiativen gegen Fakes

- Stefan Niggemeier, Übermedien, Berlin
- Jutta Kramm, Fact-Checking Ressort Correctiv, Berlin
- Prof. Dr. Stephan Ruß-Mohl, Europ. Journalism Observatory, Lugano
- Mario Sixtus, ZDF-Autor, Berlin
- Rike Woelk, ARD-Faktenfinder, Hamburg

Lucie Kluth @LKluth · 16. Okt.
Medienkompetenz in der Schule.
"Ich frag mich nur, wer das unterrichten soll", sagt @sixtus #IQF17

Deutschlandfunk Lab @Dif_Lab · 16. Okt.
Das Herbstforum der Initiative Qualität im Journalismus zu Gast beim @dfkulturr: Mit Qualität gegen Lügen und Hass im Netz. --> #IQF17

Kerstin Dolde @KerstinDolde · 16. Okt.
Es geht um das Gift der kleinen Lügen. Das ist hochtoxisch und soll stark destabilisieren, sagt Jutta Kramm von correctiv. #IQF17

Sonja Beckmann @Sonja_Beckmann · 16. Okt.
Rike Woelk, ARD: "Es gibt mehr Fake News von rechts." #iqf17

Sonja Beckmann @Sonja_Beckmann · 16. Okt.
Prof. Vogel zu FB: "Wenn ich in einer Rabaukenkneipe eine Podiumsdiskussion führe, darf ich mich über Kommentare nicht wundern." #iqf17

Wiebke Loosen @WLoosen · 16. Okt.
Sorry, aber Wahrheiten "sind" ein soziales Konstrukt - sowie Fakten auch ... can't help it. @sixtus #iqf17

Journalisten-Verband @DJVde · 16. Okt.
Warum Journalist*innen besonders von #HateSpeech betroffen sind, erklärt jetzt @ewesemueller. Studie dazu: mediendienst-integration.de/fileadmin/Date... #IQF17



Belastungen im Arbeitsalltag

- Jede*r zweite Befragte fühlt sich durch die Angriffe belastet.
- Knapp ein Drittel derjenigen, die mehrmals betroffen waren, sagen, dass die Angriffe negative Auswirkungen auf ihr Privatleben haben.
- 24 Prozent der betroffenen Journalist*innen berichten über Beeinträchtigungen in Ihrer journalistischen Arbeit.

Jörg Prostka @jprostka · 16. Okt.
Wir brauchen Demokratisierung in der Debatte über Fake News sagt @nicy1: "das Thema ist viel größer als wir Journalisten" #IQF17

Jörg Prostka @jprostka · 16. Okt.
Das Narrativ funktioniert noch, obwohl die Fakten längst als Fakes entlarvt sind, so @sixtus #IQF17



Referentinnen und Referenten des neunten IQ-Herbstforums

Jutta Kramm

leitet seit Mai 2017 das Fact-Checking-Team beim gemeinnützigen Recherchezentrum Correctiv und hat in dieser Funktion vor der Bundestagswahl in einem täglichen Newsletter über Falschmeldungen und Faktenchecks informiert („WahlCheck17“). Kramm studierte von 1980 bis 1985 Publizistik und Lateinamerikanistik an der FU Berlin und begann danach ihre journalistische Laufbahn bei der Berliner taz im lokalen und im aktuellen Ressort. 1991 wechselte sie zur „Berliner Zeitung“, wo sie in im Lokalen und als Nachrichten- und Politikchefin arbeitete. Von 2009 bis Ende 2016 war sie stellvertretende Chefredakteurin der „Berliner Zeitung“ und zeitweise auch der „Frankfurter Rundschau“.

Heinrich Maria Löbbers

arbeitet seit 1991 bei der „Sächsischen Zeitung“ in Dresden zunächst als Innenpolitik-Redakteur, dann als Reporter und später als Ressortleiter für Kultur, Reportage und Gesellschaft. Seit Januar 2016 ist Löbbers Mitglied der Chefredaktion und legt als Chef-Kurator fest, über welche Kanäle die Beiträge publiziert werden. Seine berufliche Laufbahn startete er als freier Mitarbeiter der „Westfälischen Nachrichten“ in Münster, wo er Publizistik, Germanistik und Politik studierte. Dem Studium schloss sich der Besuch der Deutschen Journalistenschule in München an. Die schickte ihn ins Praktikum nach Dresden, wo er die „Sächsische Zeitung“ kennen und schätzen lernte.

Dr. Wiebke Loosen

ist Senior Researcher am Hans-Bredow-Institut für Medienforschung und dort für die Koordination des Forschungsprogramms „Transformation öffentlicher Kommunikation: Journalistische und intermediäre Funktionen im Prozess der Meinungsbildung“ zuständig. Außerdem ist sie Privatdozentin an der Universität Hamburg. In ihrer aktuellen Forschung setzt sie sich auseinander mit der sich verändernden Journalismus-Publikum-Beziehung, mit Datenjournalismus, der sich entwickelnden „Start-up-Kultur“ im Journalismus sowie mit Algorithmen und ihren zum Teil zum Journalismus funktional äquivalenten Leistungen. Sie übernahm Gast- und Vertretungsprofessuren in Münster und München.

Stefan Niggemeier

ist Medienjournalist und startete 2004 das „Bildblog“. 2016 gründete er zusammen mit Boris Rosenkranz „Übermedien“, ein Online-Magazin für Medienkritik. Der Diplom-Journalist (Uni München/DJS) sammelte erste journalistische Erfahrungen als Schüler bei der „Neuen Osnä-

brücker Zeitung“ und begann seine Redakteurstätigkeit 1996 beim Fachblatt „werben und verkaufen“. Danach schrieb er als fester Freier für die „Süddeutsche“ und den „kressreport“ sowie als Medienredakteur für die FAZ (2001-2006). Zwischen 2011 und 2013 arbeitete er als Autor beim „Spiegel“. Als Medienkritiker wurde Stefan Niggemeier vielfach ausgezeichnet.

Prof. Dr. Stephan Ruß-Mohl

leitet das Europäische Journalismus-Observatorium EJO für Journalismusbeobachtung und ländervergleichende Journalismusforschung. Seit 2002 ist er Professor für Kommunikationswissenschaft an der Universität Lugano. Zuvor verantwortete er, von der Robert-Bosch-Stiftung kommend, von 1985 bis zu dessen Einstellung 2001 den bundesweit ersten Studiengang für journalistische Weiterbildung an der FU Berlin und das dortige Journalisten-Kolleg. Seine Forschungsgebiete sind vor allem Qualitätssicherung und -management im europäischen und US-amerikanischen Journalismus sowie Medienfachjournalismus/Medienkritik und Medienwirtschaft.

Prof. Dr. Tanjev Schultz

studierte Philosophie, Kommunikationswissenschaft und Germanistik an der Freien Universität Berlin sowie an weiteren Hochschulen im In- und Ausland, wo er studienbegleitend erste journalistische Erfahrungen sammelte. Seine Dissertation an der Uni Bremen beschäftigte sich mit den politischen Talkshows. Mehr als zehn Jahre lang galt sein Interesse als Redakteur der „Süddeutschen Zeitung“ der investigativen Recherche und den Themen der Innen- und Bildungspolitik, bis er im Februar 2016 eine Journalistik-Professur in Mainz übernahm. Dort ist er maßgeblich an der aktuellen Ifak-Studie zum Vertrauen in die Medien beteiligt.

Mario Sixtus

arbeitet als freier Autor in Berlin zu den Schwerpunkten Internet, Netzkultur und Netzpolitik und produziert vor allem Dokumentarfilme fürs Fernsehen, zuletzt im Juli „Im Netz der Lügen – Falschmeldungen im Internet“ (ZDFinfo). Zwischen 2008 bis 2016 präsentierte er 155 Folgen des TV-Magazins „Elektrischer Reporter“ auf ZDFinfo, das sich mit Themen rund um den digitalen Wandel der Gesellschaft beschäftigte. Für diese Reihe erhielt Sixtus 2007 den Grimme Online Award, den LeadAward in Silber sowie den Podcast Award. Mario Sixtus startete seine journalistische Laufbahn als freier Autor für namhafte Print- und Online-Medien.

Alexander Völkel

Ist der „Nordstadtblogger“ in Dortmund und beschäftigt sich in seinem Blog auch mit der

rechtsextremen Szene der Ruhrgebietsstadt. Der Politologe (M.A., Uni Siegen) begann seine journalistische Laufbahn 1993 bei der „Westfälischen Rundschau“ (WR), arbeitete bei der Fotoagentur meldepress in Bonn/Berlin und war danach von 2001 als Redakteur und Fotograf wieder für die WR im Einsatz. Zuletzt leitete er die WR-Redaktionen in Siegen und in Hagen. Nach der Schließung der WR gründete Alexander Völkel 2013 das Stadtblog Nordstadtblogger.de; viermal im Jahr bringt er mit seinem Team das Printmagazin „NordMag“ heraus.

Prof. Dr. Andreas Vogel

arbeitet als Presseforscher an seinem 1995 gegründeten Wissenschaftlichen Institut für Presseforschung und Publikumsanalysen (WIP) in Köln. Der Kommunikationswissenschaftler studierte und promovierte an der Universität Münster und wurde 1990 wissenschaftlicher Assistent an der Universität Lüneburg (bis 1996). 2004 habilitierte Andreas Vogel an der Universität Bamberg, wo er im gleichen Jahr zum Privatdozenten und 2011 zum außerplanmäßigen Professor berufen wurde. In jüngerer Zeit hat er sich unter dem Stichwort #wortgewalt(ig) für die Friedrich-Ebert-Stiftung wissenschaftlich mit Leser- und Nutzerkommentaren beschäftigt.

Andreas-Peter Weber

startete nach dem Studium (Politik, Staatsrecht und Germanistik) seine berufliche Karriere bei der Bonner LR – Regionalfunk GmbH, um dann als persönlicher Referent der Intendanten Manfred Buchwald und Fritz Raff zum Saarländischen Rundfunk zu wechseln. Dort übernahm er zusätzlich die Geschäftsführung von Radio Salü und Antenne Saar. Ab 1997 arbeitete er dort als Programmchef der Europawelle Saar und baute ab 2000 zugleich das SR-Jugendradio „Unser Ding“ auf. 2006 ging Andreas-Peter Weber als Programmchef HR1 zum Hessischen Rundfunk und arbeitet nun seit sechs Jahren als Programmdirektor des Deutschlandradios.

Ellen Wesemüller

leitet seit September 2017 das Projekt „No Hate Speech“ bei den Neuen deutschen Medienmachern (NdM) in Berlin. Bis August 2017 war sie Redakteurin beim „Neuen Deutschland“ und arbeitete zuvor als freie Journalistin unter anderem für die „Berliner Zeitung“ und die „ZEIT“ sowie für Onlinemedien. Als Social-Media-Managerin war sie für das europäische Theater- und Filmprojekt „EUROPOLY“ tätig. Ausgebildet als Redakteurin wurde sie an der Berliner Journalisten-Schule. Ellen Wesemüller studierte Politikwissenschaft in Hannover und Kapstadt und absolvierte ein Studium des Literarischen Schreibens am Deutschen Literaturinstitut Leipzig.

Rike Woelk

ist als stellvertretende Redaktionsleiterin bei tagesschau.de zuständig auch für die ARD-Faktenfinder, die nicht nur Falschmeldungen nachgehen, sondern auch das Phänomen „Fake News“ breit diskutieren wollen. Rike Woelk studierte Germanistik, Publizistik und Politikwissenschaften an der FU Berlin und in Paris. Ihre journalistische Laufbahn startete sie beim Nachrichtensender n-tv, bevor sie im Jahr 2000 zu Phoenix wechselte. Seit 2003 ist Rike Woelk für ARD-aktuell tätig, davon vier Jahre als stellvertretende Programmchefin bei tagesschau24 und seit 2014 als stellvertretende Chefin von tagesschau.de.

Werner Lauff, Moderator,

ist Publizist und Moderator mit den Schwerpunkten Medien und Internet. Nach dem Studium (Jura und Journalismus) begann er seine Berufslaufbahn 1985 als Abteilungsleiter Elektronische Medien beim Bundesverband Deutscher Zeitungsverleger (BDZV). Von 1987 bis 1992 war Werner Lauff Geschäftsführer des Zeitungsverlegerverbandes NRW, von 1992 bis 1998 Geschäftsführer der Tochtergesellschaften für elektronische Medien der damaligen WAZ Mediengruppe (heute Funke-Medien). Nach seinem Wechsel zu Bertelsmann arbeitete er dort zwischen 1998 und 2002 zunächst als Vice President AOL Europe, danach als Geschäftsführer der Bertelsmann Broadband Group.

Ulrike Kaiser, IQ-Sprecherin,

ist freie Medienfachjournalistin und Mitbegründerin der Initiative Qualität im Journalismus (IQ). Nach Volontariat und Redakteurszeit bei der „Rheinischen Post“ (1970 bis 1976) studierte sie bis 1980 Pädagogik, Psychologie und Soziologie in Bielefeld. Danach war die Diplom-Pädagogin von 1981 bis 1985 als Bildungsreferentin im Journalisten-Zentrum Haus Busch (Hagen) tätig, bevor sie 1985 zum DJV-Medienmagazin *journalist* wechselte. Dessen Chefredaktion hatte sie bis 2007 inne. Kaiser konzentriert sich seitdem auf ihre ehrenamtlichen Aufgaben in der Berufs- und Medienpolitik (u.a. DJV-Bundesvorstand bis 2015, LfM-Medienkommission/ Vorsitz Ausschuss für Vielfalt und Partizipation).

Teilnehmerinnen und Teilnehmer des neunten IQ-Herbstforums

NAME	FUNKTION	ORT
Anger, Michael	Freier Journalist	Bayreuth
Arentz, Hermann-Josef	Vors. Haushaltsausschuss, LfM NRW	Düsseldorf
Assion, Rainer	ehem. WDR-Ausbildungsleiter	Köln
Balkenhol, Dr. Nicola	Leitung Online, Deutschlandradio	Köln
Bayer, Gudrun	Nürnberger Nachrichten	Nürnberg
Beckmann, Sonja	Freie Journalistin	Berlin
Benning, Maria Bernarde	Freie Journalistin	Berlin
Boschan, Anne	DLR Kommunikation und Marketing	Berlin
Blanke, Philipp	Freier Journalist bei Bild und BZ	Berlin
Butmaloiu, Dr. Ulrike	Institut für Demokratie	Frankfurt
Dernbach, Prof. Dr. Beatrice	Technische Hochschule Nürnberg	Nürnberg
Döhring, Kajo	Hauptgeschäftsführer DJV	Bonn
Dolde, Kerstin	Leseranwältin Frankenpost	Hof
Donaiski, Peter	Leiter Medienpolitik FES	Berlin
Falk, Hans Hendrik	leitender Redakteur BDZV	Berlin
Franke, Sarah	Freie Journalistin, u.a. HAZ/RND	Hannover
Friedt, Marina	Landesvorsitzende DJV Hamburg	Hamburg
Garmissen, Anna von	Freie Journalistin	Nottuln
Geffken, Michael	Leiter Leipzig School of Media	Leipzig
Hänecke, Dr. Frank	Die Schweizer Journalistenschule	Luzern
Harder, Matthias	ARD.ZDF medienakademie	Hannover
Holzner, Karsten	Freier Journalist	Berlin
Irmer, Felix	Doktorand Universität Leipzig	Leipzig
Jost-Westendorf, Simone	Leiterin LfM-Stiftung Vor Ort NRW	Düsseldorf
Kaiser, Ulrike	Sprecherin Initiative Qualität (IQ)	Remscheid
Klatt, Thomas	Ev. Journalistenbüro Berlin	Berlin
Kluth, Lucie	Freie Journalistin NDR	Hamburg
Köhler, Anja	Onlinered. Ärztenachrichtendienst	Dresden
Konyen, Kathrin	Freie /stv. DJV-Bundesvorsitzende	Neu-Ulm
Kraass, Karl-Heinz	Freier Journalist, Impulsregion	Jena
Kramm, Jutta	Correct!v	Berlin

NAME	FUNKTION	ORT
Kuboth, Angela	Freie Journalistin	Lauta
Kurp, Prof. Dr. Matthias	HMKW Hochschule für Medien...	Köln
Lauff, Werner	Publizist und Moderator	Landsberg a. Lech
Lehnert, Sonja	Pressereferentin DJV Hessen	Wiesbaden
Löbbers, Heinrich Maria	Sächsische Zeitung	Dresden
Loosen, Dr. Wiebke	Hans-Bredow-Institut	Hamburg
Mattys, Kerstin	Freie Journalistin	Berlin
Meier, Prof. Dr. Klaus	Katholische Universität Eichstätt	Eichstätt
Morisse, Christoph	Finanz- und Wirtschaftsjournalist	Berlin
Nell, Rebecca	Leipzig School of Media	Leipzig
Niggemeier, Stefan	Übermedien	Berlin
Pätzold, Prof. Dr. Ulrich	ehem. TU Dortmund	Berlin
Pfaff, Corinna	GF DJV Mecklenb.-Vorpommern	Schwerin
Pohr, Adrian	Redakteur Zeit Online	Hamburg
Prostka, Jörg	Pressesprecher AVU AG	Gevelsberg
Rahden, Wolfert von	Zeitschrift für Ideengeschichte	Berlin
Rieg, Timo	Freier Journalist	Bochum
Rosch, Maximilian	Online-Redakteur bei piqd	München
Ruschmeier-Krause, Dr. Ilona	Wissenschaftsjournalistin	Berlin
Russ-Mohl, Prof. Dr. Stephan	European Journalism Observatory	Lugano
Sahlender, Anton	Vereinig. d. Medienombudsleute	Hettstadt
Schreier, Dieter	Initiative Tageszeitung e. V.	Frankfurt
Schröder, Renate	Intern. Journalisten-Föderation (IJF)	Brüssel
Schultz, Prof. Dr. Tanjev	Universität Mainz	Mainz
Schulz, Anne	Gustav-Stresemann-Institut	Bonn
Siegert, Dr. Wolf	Freier Journalist	Berlin
Simon, Ulrike	Autorin Horizont / Spiegel Daily	Berlin
Sinanoglu, Cihan	Türkische Gemeinde in Deutschland	Berlin
Sixtus, Mario	ZDF-Autor	Berlin
Stamm, Dr. Karl-Heinz	ehem. Deutschlandradio	Berlin
Stedler, Wiebke	fjp>media	Magdeburg
Stracke-Neumann, Dr. Susanne	dju in ver.di	Berlin
Streitböcker, Dr. Wolfgang	Texttransfer Communications	Berlin
Tiefenthal, Oskar	Leiter Ev. Journalistenschule	Berlin
Upmann, Vivian	Deutscher Presserat	Berlin

NAME	FUNKTION	ORT
Vogel, Prof. Dr. Andreas	WIP Wiss. Inst. f. Presseforschung	Köln
Völkel, Alexander	Nordstadtblogger	Dortmund
Wagner, Anna-Maria	Referentin Social Media, DJV	Berlin
Wahl, Georgia	Freie Journalistin	Ahrensburg
Weber, Andreas-Peter	Programmdirektor DLR	Köln/Berlin
Wenk, Karin	Menschen Machen Medien, ver.di	Berlin
Werner, Eva	Bildungsreferentin DJV	Berlin
Wesemüller, Ellen	Neue deutsche Medienmacher	Berlin
Weyand, Arno	Deutscher Presserat	Berlin
Woelk, Rike	ARD-Faktenfinder	Hamburg