

# Fakten, Fakten, Fakten!

## Medienhäuser gründen neue Factchecking-Einheiten

**Wer kann Fake News enttarnen, wenn nicht professionelle Journalisten? Allerorten entstehen derzeit Faktencheck-Projekte, um gezielt gegen Lügen und Gerüchte in sozialen Medien vorzugehen. Aber nicht jeder ist davon überzeugt, dass diese Aktionen der Sache dienlich sind.**

Von Holger Bleich

**W**urden die deutschen Goldreserven in den USA tatsächlich heimlich mit billigem Wolfram gestreckt? Ist Martin Schulz wirklich Multimillionär, wie Focus online behauptet? Ist es denkbar, dass die evangelische Theologin Margot Käßmann auf dem Kirchentag alle Deutschen als Nazis bezeichnet hat? Mit derlei Fragen schlagen sich die „ARD-Faktenfinder“ derzeit tagtäglich herum.

Faktenfinder ist eines von vielen Projekten, die etablierte Medien 2017 aus der

Taufe gehoben haben. Damit professionalisiert sich ein Genre, das seit Jahren eher von kleinen, privaten Organisationen wie Mimikama und Hoaxmap im deutschsprachigen Raum oder Snopes.com und Bellingcat auf internationaler Ebene beachert wird: das Überprüfen von Nachrichten und Behauptungen auf ihre Echtheit, neudeutsch Factchecking.

Die ARD will sich mit dem Faktenfinder nach eigener Aussage der Wirkung von Fake News entgegenstemmen. Ein

ambitioniertes Vorhaben: Im Team von Journalist Patrick Gensing arbeiten zehn Faktenchecker, verteilt auf eine Früh- schicht, zwei Tagesschichten und eine Spätschicht. Organisatorisch hat die ARD den Faktenfinder bei der tagesschau.de-Redaktion in Hamburg angesiedelt.

„Wir wollen uns an den ‚gefühlten Wahrheiten‘ abarbeiten“, erklärt Gensing. „Die Social-Media-Abteilung macht uns auf virulente Fake News aufmerksam, wir recherchieren das und produzieren es so, dass es direkt in soziale Medien zurückge- spielt werden kann.“ Die Recherche läuft klassisch journalistisch. „Wir sind dabei auch Ansprechpartner für die Regional- redaktionen und die Korrespondenten und nutzen diese umgekehrt.“ Größere Geschichten landen auch direkt auf tages- schau.de und sogar in der TV-Tagesschau.

In der ARD ist man begeistert vom großen Publikumsinteresse an dem neuen Online-Service. „Nahezu jede Geschichte der Faktenfinder landet unter den Top Ten der am meisten aufgerufenen Inhalte auf tagesschau.de“, berichtet ARD-aktuell- Chefredakteur Kai Gniffke. Das Projekt startete Anfang April in Hinblick auf die Bundestagswahl im September. Danach wolle man bilanzieren, „ob sich die Fak- tenfinder bewährt haben oder ob wir mit Kanonen auf Spatzen geschossen haben.“

### Faktenfuchs

Parallel zum Faktenfinder gründete der Bayerische Rundfunk (BR) als Teil der ARD eine ähnliche Institution. Das zwei- köpfige Team von „BR Social Listening und Verifikation“ arbeitete sich mit ande- ren BR-Redakteuren in einem vierwöchi- gen „Bootcamp“ in die nötigen Online- Tools ein, beispielsweise um Fotos und Vi- deos schnell auf ihre Authentizität über- prüfen zu können. Teamleiter Stefan Primbs: „Wir hören in die sozialen Medien rein, recherchieren klassisch und nutzen das Know-how der Fachredaktionen, bei- spielsweise Religion und Wissenschaft. Das soll umgekehrt auch den Redaktionen helfen, ein Gefühl dafür zu bekommen, welche Debatten in sozialen Medien viral gehen.“

Damit die Redakteure in sozialen Me- dien schneller auf gepostete Gerüchte und falsche Fakten reagieren können, nutzt die BR24-Redaktion ein Toolset namens Fact- fox. Es besteht aus einer selbstlernenden Datenbank und einem Add-on für den Chrome-Browser. Taucht etwa in einem Facebook-Kommentar ein fragwürdiger

Fakt oder ein mögliches Scheinargument auf, kann der Redakteur das Posting per Cut&Paste ans Add-On übergeben, das es mit der Faktendatenbank abgleicht. Ist der Fakt bereits wider- oder belegt, liefert das Tool direkt einen Antworttext, den der Redakteur als Grundlage für seine Ant- wort auf Facebook nutzen kann. Liefert die Datenbank keine Antwort, recher- chiert die Abteilung Verifikation.

Factfox entstand Ende 2016 als Bei- trag – unter anderem von BR-Software- Entwicklern – für den Hackathon #ticker- tools der dpa und gewann dort den ersten Preis. Die beiden Teammitglieder Sami Boussaid und Miriam Mogge gründeten daraufhin ein Start-up und wollen nun Factfox auch für andere Redaktionen zu- gänglich machen. Nach eigenen Angaben plant der BR im Sinne der Transparenz, die eigene Factfox-Datenbank öffentlich freizugeben. Dann soll es jedem möglich sein, die recherchierten Faktenblöcke einzusehen und zu kommentieren, nicht aber, sie zu ändern.

Die Abteilung Verifikation des BR hat anders als der ARD-Faktenfinder keine eigene Homepage, auf der sie ihre Recher- chen präsentiert. Sie arbeitet mit den Hamburgern zusammen und liefert Inhal- te zu. Überhaupt vernetzen sich die öffent- lich-rechtlichen Redaktionen zum Thema Faktencheck zunehmend.

Die Deutsche Welle arbeitet derzeit zusammen mit dem Athens Technology Center (ATC) an einer kollaborativen

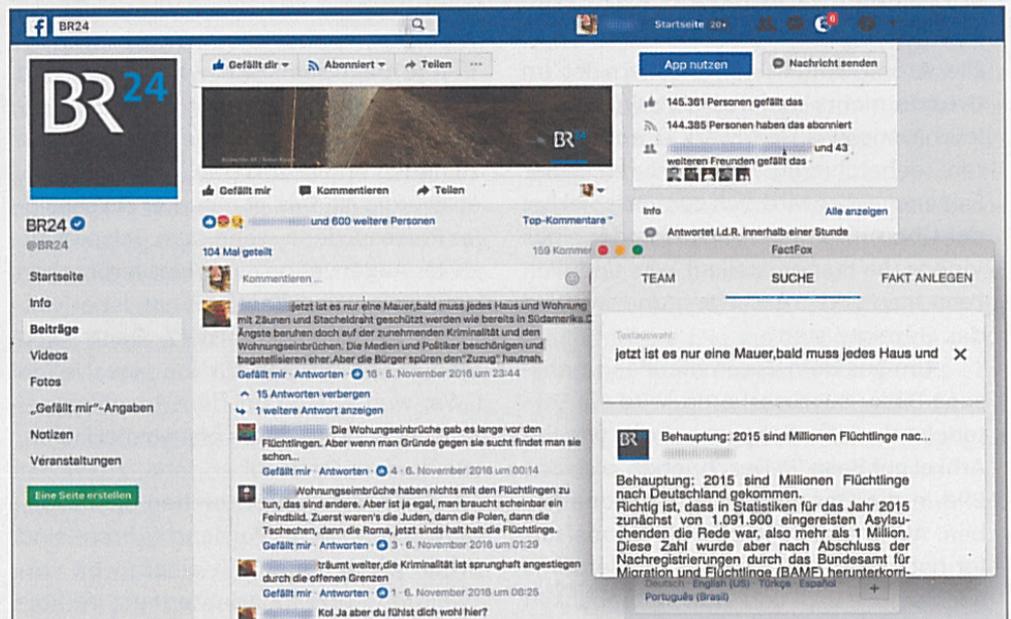
Web-Plattform namens „Truly Media“, auf der die ARD-Faktenchecker der Sen- deanstalten gemeinsam Fakten verifizie- ren können. Truly Media durchforstet so- ziale Netzwerke nach viralen Geschichten, präsentiert sie den Mitarbeitern und lädt sie zur Überprüfung ein. Außerdem inte- griert es eine Reihe von Tools, die die Verifikation vereinfachen.

Das Projekt fußt finanziell auf einer Fördermaßnahme der Digital News Initia- tive (DNI) von Google, die im September 2017 ausläuft. Noch ist unklar, wie und ob es danach weitergeht. In der momentanen Betaphase arbeiten in Truly Media Deut- sche Welle, Tagesschau, WDR, SWR, BR und als externe Redaktion die französische Nachrichtenagentur AFP zusammen.

### Verstärker-Effekt

Dass öffentlich-rechtliche Institutionen neuerdings aktiv auf Fake-News-Jagd ge- hen, sieht nicht jeder positiv. Kritiker mo- nieren, die Sendeanstalten gerierten sich als Wahrheitspräsentierer, obwohl sie selbst Fehler machen und mitunter eine politische Agenda verfolgen würden.

Schwerer wiegt aber der Vorwurf, dass Projekte wie der ARD-Faktenfinder die Wirkung von Fake News sogar noch verstärken, statt sie zu entkräften. Auf dem Jahreskongress der Journalistenver- einigung Netzwerk Recherche etwa liefer- te sich Faktenfinder-Chef Patrick Gensing jüngst einen Schlagabtausch mit Professor Holger Wormer, seines Zeichens Fake-



Factfox: Über ein Browser-Add-on gleichen Social-Media-Redakteure von BR24 Gerüchte in Postings mit einer selbstlernenden Faktendatenbank ab.



tagesschau faktenfinder

Startseite Inland Ausland Hintergrund Tutorials Suche

Startseite Hintergrund Gibt es die Todesstrafe in Deutschland?

Historisches Relikt

## Gibt es die Todesstrafe in Deutschland?

Stand: 09.05.2017 13:54 Uhr







**Im Netz taucht immer wieder die Behauptung auf, in Deutschland gebe es noch die Todesstrafe. Tatsächlich ist sie in der Hessischen Landesverfassung noch verankert. Laut Artikel 21 kann ein Mensch "bei besonders schweren Verbrechen" zum Tode verurteilt werden. Was bedeutet das?**

Von Jenny Stern, BR

"Bin kein Befürworter der Todesstrafe... aber in Deutschland gibt es genauso die Todesstrafe, siehe

**Umstritten: Sollten professionelle Faktencheck-Beiträge das Gerücht gleich in der Überschrift aufgreifen und damit wiederholen?**

News-Spezialist am Institut für Journalismus der TU Dortmund.

Nach Ansicht Wormers trägt die Vorgehensweise des ARD-Projekts sogar dazu bei, Gerüchte und Fake News zu zementieren: „Indem der Faktenfinder die

Legenden in den Headlines wieder aufgreift, hält er sie im Bewusstsein.“ Als Beispiel nannte er einen Faktenfinder-Beitrag, der Informationen zu dem immer wieder durch die sozialen Medien geisternden Gerücht lieferte, in Deutschland

gebe es noch die Todesstrafe. Die Überschrift lautet: „Gibt es die Todesstrafe in Deutschland?“. Wormer erklärte, sie müsse eigentlich lauten: „Die höchste Strafe in Deutschland ist lebenslanglich.“

„Die ARD ignoriert die Wirkungsforschung“, warf er Gensing vor. Weil in den Headlines das Gerücht wiederholt werde, verfestige es sich im öffentlichen Raum. Das Debunking von Missinformation funktioniert so nicht. Der Modebegriff „Debunking“ (wörtlich: Entlarven) steht für Genrede und das Entkräften von falschen Informationen mit Fakten. Gensing konterte: „Wir machen das Problem nicht schlimmer. Verschwörungstheorien sind extrem wirkungsmächtig. Wir wollen diese Macht im öffentlichen Raum eindämmen und Zweiflern Orientierung bieten. Den harten Kern von Überzeugten können wir ohnehin nicht überzeugen.“

Aktuelle Studien scheinen allerdings den von Wormer angeführten Verstärkereffekt zu bestätigen, zuletzt eine Untersuchung der US-amerikanischen Yale University [1]. Die Psychologen belegten den „mere-exposure effect“: Je öfter eine Nachricht gelesen wird, desto glaubwürdiger erscheint sie, und zwar unabhängig vom Wahrheitsgehalt. Im Experiment schätzten die Probanden ihnen bekannte Schlagzeilen, die mit einer Fake-News-Warnung versehen waren, sogar glaubwürdiger ein als unbekannte Schlagzeilen ohne Warnung.

## Wie Faktenchecker arbeiten

Die Arbeit von Faktencheckern ist im Grunde nichts anderes als sorgfältiges journalistisches Handwerk – recherchieren, recherchieren, recherchieren. Jeder Faktenchecker wird sich zum Beispiel bei der Überprüfung eines Bildes oder eines Videos die Fragen stellen: Was und wen kann man erkennen? Wann und wo fand das Gezeigte statt?

Um aus dem Zusammenhang gerissene Bilder auszusortieren, wird ein Faktenchecker ähnlich vorgehen, wie im Artikel auf Seite 78 beschrieben, also das Bild in die Google-Rückwärtssuche geben. Als Unterschied zu Otto Normalbürger haben große Redaktionen allerdings auch eigene Bild- und Videodatenbanken mit verifiziertem Material, das sie für Vergleiche heranziehen können.

Je nachdem, wie wichtig ein Bild oder eine Information ist, wird der Faktenchecker versuchen, die Originalquelle zu finden und abzuklären, ob sie vertrauenswürdig ist. Das ist mitunter ein sensibler Prozess, denn wenn zum Beispiel ein ziviler Augenzeuge ein Kriegsverbrechen gefilmt und veröffentlicht hat, ist er vielleicht selbst traumatisiert. Dann kann man nicht mit der Tür ins Haus fallen („Wer wurde denn bei dem Anschlag getötet?“), sondern muss erst einmal klären, wie es dem Gegenüber geht.

Bei solchen Recherchen, insbesondere wenn sie ins Ausland führen, sind große Redaktionen mit einem weit verzweigten Korrespondentennetz im Vorteil. Denn damit steigt die Chance, dass sich darunter ein Experte befindet, der

sich in der gezeigten Stadt oder Region auskennt und die Landessprache spricht.

Auch in den Redaktionen selbst entsteht Expertise. Michael Wegener, der für ARD-aktuell das Content Center leitet, sagte dazu dem Magazin fluter: „Ich habe inzwischen so viele Bilder aus dem Syrienkrieg gesichtet, man könnte mich nachts aufwecken und mir ein Bild vorlegen, das angeblich aus Homs stammen soll und ich würde sofort sagen können, ob da wirklich die typische Hügelkette zu sehen ist.“

Letztlich können auch Faktencheckern trotz aller Akribie Fehler unterlaufen. Deshalb ist es umso wichtiger, dass sich Journalisten auch gegenseitig auf die Finger schauen. Medienmagazine wie Übermedien oder Zapp erfüllen diese Aufgabe.

## Facebook-Korrektiv

Diese Forschungsergebnisse stellen auch die Bemühungen von Facebook infrage. Der Konzern hat sich entschieden, verlinkte, potenzielle Fake News nicht selbst zu prüfen, sondern diese Aufgabe professionellen Faktencheckern zu überlassen und lediglich Warnungen einzublenden. In den USA sind das derzeit ABC News, Associated Press, PolitiFact, FactCheck.org und Snopes.com. Seit April blendet Facebook Warnmeldungen ein, wenn mindestens zwei der Partner den Wahrheitsgehalt einer verlinkten Meldung anzweifeln.

In Deutschland hat Facebook bislang lediglich das Recherchebüro Correctiv als Partner gewinnen können. Facebook bezahlt dafür nicht. Stattdessen besorgte sich Correctiv rund 100.000 Euro von den Open Society Foundations – den gemeinnützigen Stiftungen des amerikanischen Milliardärs George Soros. Vier Journalisten im „Fake-News-Team“ überprüfen nun für Facebook, was von Nutzern gemeldet wird.

Nach Angaben von Korrektiv-Redakteur Frederik Richter besteht der Faktencheck für Facebook aus „normaler journalistischer Arbeit“, etwa der Recherche bei Behörden vor Ort. Bislang veröffentlicht Correctiv die Ergebnisse dieser Recherchen in der Rubrik „Echtjetzt – Der Correctiv-Faktencheck“ auf der eigenen Website.

Das Problem: Solange Facebook trotz intensiver Suche keinen zweiten professionellen Faktencheck-Partner findet, wird es hierzulande offenbar auch keine Warnungen geben. Die ARD hatte dem Konzern einen Korb gegeben und lieber den Faktenfinder gegründet. Das ZDF setzt auf sein Hashtag #ZDFcheck17, um in sozialen Medien Fake News im Vorfeld der Bundestagswahl mit Faktenchecks zu entkräften. Einzig Focus online hat sich bereit erklärt, über eine Zusammenarbeit mit Facebook nachzudenken – Ausgang offen.

## First Draft

Auf internationaler Ebene arbeiten Facebook und viele der deutschen Medienhäuser aber dann doch zusammen: Der 2015 gegründeten First-Draft-Coalition gehören Sender und Verlage ebenso an wie NGOs, spezialisierte Faktencheck-Sites und Internet-Konzerne. Aus Deutschland etwa steuern ARD, ZDF, Zeit Online oder dpa ihr Know-how bei.

Die US-Version von Facebook warnt ihre Nutzer bereits seit April, wenn der Wahrheitsgehalt verlinkter Inhalte von Factchecker-Partnern angezweifelt wird.

Im Crosscheck-Projekt arbeiteten im Vorfeld der französischen Präsidentschaftswahl erstmals viele Newsrooms zusammen, um gemeinsam Fake News aufzudecken.

Die Non-Profit-Organisation First Draft will Faktencheck-Standards erarbeiten, weiterbilden, Medienkompetenz erhöhen und die Mitglieder zur Zusammenarbeit im Kampf gegen falsche Fakten ermutigen. Facebook, YouTube und Twitter teilen hier ihr Wissen zur Verbreitung von Fake News über die sozialen Plattformen.

Das größte Projekt von First Draft bislang war „Crosscheck“ – eine internationale Kooperation von Medienhäusern im Vorfeld der französischen Präsidentschaftswahl. Tageszeitungen, Online-Portale und Presseagenturen schalteten ihre Newsrooms zusammen und stellten Mitarbeiter dafür ab, um Gerüchte zu recherchieren und Richtigstellungen zu verbreiten. Da ging es dann um Fragen wie: Trug Emmanuel Macron in der TV-Debatte wirklich einen gestochenen Ohrring? Oder: Hat sich François Hollande tatsächlich mit einem Privatjet zur Wahlkabine fliegen lassen?

Das Crosscheck-Projekt endete mit der französischen Parlamentswahl im Juni. Derzeit werten die Partner den Erfolg ihrer erstmaligen Zusammenarbeit aus. Stark finanziell unterstützt wurde Crosscheck übrigens genau wie die First-Draft-Coalition selbst von Google über dessen Digital News Initiative. Ohne Google wären Projekte wie First Draft oder das



erwähnte Truly Media derzeit offensichtlich kaum möglich.

Und was tut der Konzern selbst gegen Fake News auf der eigenen Plattform? Wie kaum anders zu erwarten setzt Google auf seine Stärke im Bereich KI und maschinelles Lernen. Im Mai startete das Unternehmen sein „Project Owl“: Zehntausende Testpersonen trainieren derzeit den Suchalgorithmus mit Blindtests – nach Angaben von Google allein in Deutschland rund 600.

Sie bekommen Suchergebnisse mit unterschiedlicher Algorithmenjustierung zu sehen und sollen beurteilen, welche Ergebnisse weniger unwahre Inhalte enthalten. Die Resultate des Algorithmen-Lernprozesses fließen bereits in die Trefferlisten der Suchmaschine ein – als unwahr deklarierte Inhalte wandern im Ranking nach hinten. Der zuständige Google-Ingenieur Pandu Nayak erklärte: „Es gibt ähnlich wie bei Spam-Mails Leute, die unser System austricksen wollen. Dagegen werden wir noch schärfer vorgehen.“

(hob@ct.de) **ct**

## Literatur

- [1] Gordon Pennycook, Tyrone D. Cannon, David G. Rand, Prior exposure increases perceived accuracy of fake news, Department of Psychology, Yale University, April 2017