

## Deutschlands Desinformations-Dilemma 2021

Eine Analyse zu Desinformation und Sozialen Medien im Vorfeld der deutschen Bundestagswahl -- von Avaaz

6. September 2021



### Inhalt

- [Einleitung](#)
- [Annalena Baerbock im Fadenkreuz: Ziel Nr. 1 von Desinformation](#)
- [TV und Mainstream-Medien als Verbreiter von Falschinformationen](#)
- [Facebook: Falschnachrichten ohne Warnhinweise](#)
- [Exkurs: RT DE überholt Bild, Spiegel und Tagesschau auf Facebook](#)
- [Unsere Forderungen](#)
- [Über Avaaz](#)

*Wichtiger Hinweis für Medienschaffende: Sollten Sie Untersuchungsgegenstände (z.B. Falschnachrichten oder Desinformations-Narrative) aus diesem Bericht aufgreifen wollen, dann achten Sie bitte darauf, diese unmissverständlich als Falschnachrichten zu kennzeichnen.*

## Einleitung

Im Rahmen einer **Analyse zu Desinformation und sozialen Medien** hat Avaaz im Jahr 2021 über 900\* Fact-Checks unter die Lupe genommen und untersucht, welche deutschen **Politiker:innen am häufigsten zur Zielscheibe von Desinformation wurden** und welche Rolle, neben den sozialen Medien, auch TV und Mainstream-Medien bei der Verbreitung spielen. Wir zeigen, dass Facebook trotz seines Versprechens, die Bundestagswahl zur „Top Priority“ zu machen, weiterhin erhebliche **Probleme beim Kennzeichnen von Falschnachrichten hat**.

Außerdem beschäftigt sich dieser Bericht mit folgenden Fragen: Welche Rolle spielen die sozialen Medien bei der Informationsverbreitung im Vorfeld der Wahlen? **Welche Parteien erzeugen am meisten Engagement?** Und vor dem Hintergrund mehrfacher Warnungen vor einer Einflussnahme durch russische Medien: **Wie viele Menschen erreicht das russische Medienunternehmen RT DE auf Facebook im Vergleich zu etablierten deutschen Medien und wer sind die Hauptverbreiter der Artikel von RT DE auf Facebook?**

**Anmerkung:** Die Zahlen im vorliegenden Bericht für Kapitel 1 [Annalena Baerbock im Fadenkreuz: Ziel Nr. 1 von Desinformation](#) wurden am **13. Oktober 2021 aktualisiert**: Die FactChecks, die untersucht wurden, stammen neu aus dem Untersuchungszeitraum vom 1. Januar bis zum 27. September 2021. Somit sollte der gesamte Zeitraum bis zur Bundestagswahl am 26. September abgedeckt sein.

**Hinweis:** Wir verweisen an dieser Stelle auch auf den Dokumentarfilm [Die geheimen Meinungsmacher. Wie wir im Wahlkampf manipuliert werden](#), der von der SWR Recherche Unit in Zusammenarbeit mit Avaaz entstanden ist und am 6. September 2021 um 23:05 Uhr MESZ im Ersten ausgestrahlt wurde.

## Annalena Baerbock im Fadenkreuz: Ziel Nr. 1 von Desinformation

### VOR DEN WAHLEN: POLITIKER:INNEN ALS ZIELSCHEIBE VON DESINFORMATION

Avaaz hat die Desinformations-Narrative aus dem Jahr 2021, die von den unabhängigen Faktenprüfern [AFP](#), [DPA](#) und [Correctiv](#) überprüft und entlarvt wurden, systematisch zusammengetragen und analysiert. Insgesamt beinhaltet unsere Datenbank über 900\* Fact-Checks aus dem Zeitraum vom 1. Januar bis 27. September 2021\*. Diese Daten haben wir entsprechend analysiert und ausgewertet.

Während sich ein großer Teil dieser Falschnachrichten auf das Coronavirus bezieht, konnten wir über 90\* Desinformations-Narrative ausmachen, die auf deutsche Politiker:innen\*\* abzielen. Hier zeigt sich, dass von **allen Politiker:innen in Deutschland Annalena Baerbock das Hauptziel von Desinformation ist: Von den Desinformations-Narrativen zu den Top 10 Politiker:innen, die im Jahr 2021 am häufigsten Ziel von Falschnachrichten wurden, betreffen 28%\* Annalena Baerbock. Sie liegt damit mit großem Abstand auf Platz 1.** Dies ist auch vor dem Hintergrund interessant, dass Annalena Baerbock erst seit [Bekanntgabe ihrer Kandidatur im April](#) so stark im Rampenlicht steht und in dieser kurzen Zeit alle anderen Politiker:innen in unserem Falschnachrichten-Datensatz, wie Bundeskanzlerin Angela Merkel (16%)\* auf Platz zwei oder CDU-Kanzlerkandidat Armin Laschet (11%)\* auf Rang drei, hinter sich lässt.

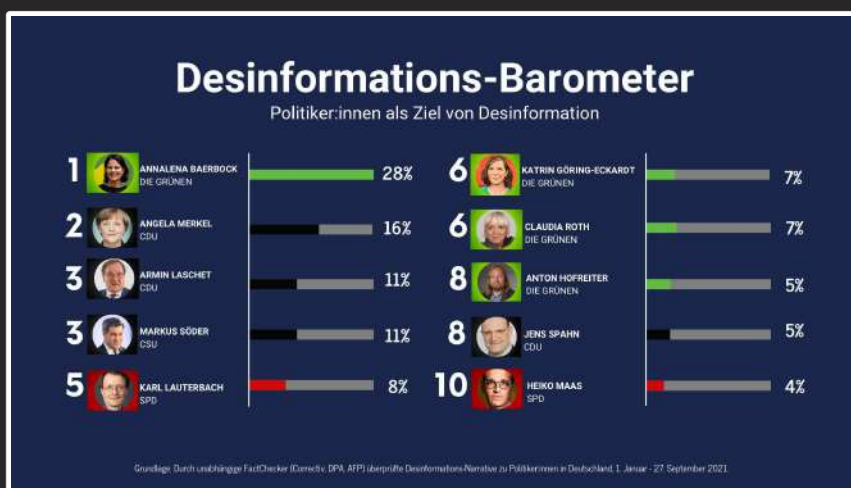


Abbildung -- Im Rahmen der von Avaaz untersuchten Daten sind diese abgebildeten Politiker:innen am häufigsten Ziel von Desinformations-Narrativen. Untersuchungsgrundlage sind über 90\* Desinformations-Narrative aus dem Jahr 2021, die insgesamt mehr als 30\* verschiedene Politiker:innen betreffen. Zur Info: Die Prozentzahlen wurden gerundet.

Betrachten wir die Politiker:innen unter dem Blickwinkel ihrer Parteizugehörigkeit, so ergibt sich folgendes Bild: **Von Desinformations-Narrativen betroffen sind besonders Politiker:innen der Parteien der Mitte, sprich Die Grünen (44%)\*, CDU/CSU (36%)\* und die SPD (17%)\*.** Außerdem interessant: Aus unserem Datensatz betreffen lediglich je 1%\* der Desinformations-Narrative Politiker:innen der Partei Die Linke, AfD oder FDP.

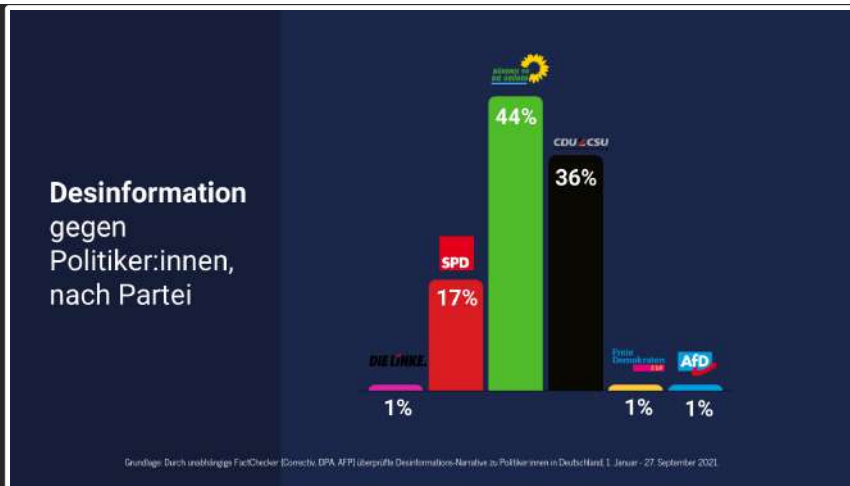


Abbildung -- Untersuchungsgrundlage sind über 90\* Desinformations-Narrative aus dem Jahr 2021, die insgesamt mehr als 30\* verschiedene Politiker:innen betreffen -- aus allen Parteien, die derzeit im Bundestag vertreten sind.

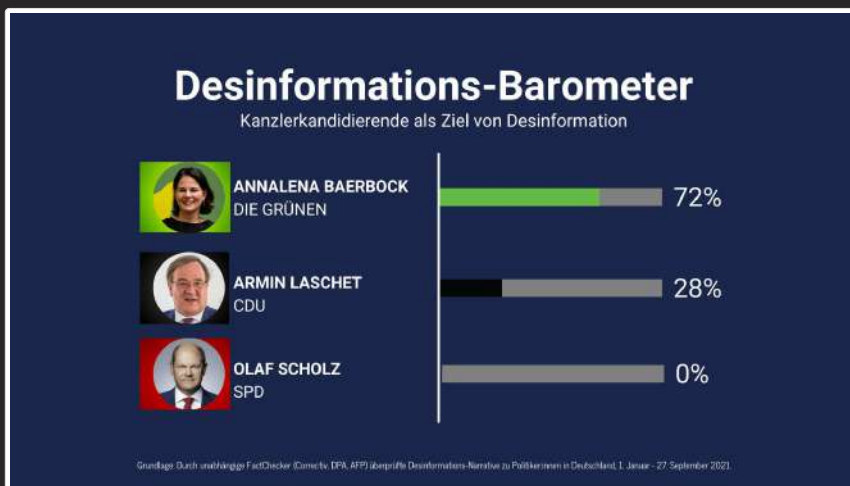


Abbildung -- Unter den Kandidierenden für das Kanzleramt ist Annalena Baerbock Ziel Nummer 1 von Desinformations-Narrativen. Insgesamt entfallen 72 %\* der Desinformations-Narrative über Kanzlerkandidierende auf die Kandidatin der Grünen.

Angesichts der Bundestagswahlen ist der Blick auf die Kandidierenden fürs Kanzler:innenamt von besonderem Interesse. Aus unserer Untersuchung geht hervor: **72 %\* der Desinformations-Narrative zielen auf Annalena Baerbock ab**. Auf Rang zwei befindet sich Armin Laschet mit 28 %\* -- und mit 0 % ist Olaf Scholz auf Rang drei. Das bedeutet: Unter den von Avaaz untersuchten Desinformations-Narrativen, die von einem der drei Facebook Fact-Checking-Partner Correctiv, DPA und AFP entlarvt wurden, betrifft kein einziges Herrn Scholz.

**Methodik:** Als Grundlage wurden alle Faktenprüfungen der drei unabhängigen Facebook Fact-Checking-Partnerorganisationen [Correctiv Faktencheck](#), [dpa factchecking](#) und [AFP Faktencheck](#) gesammelt und ausgewertet.

**\* Aktualisierung:** Ursprünglich wurden im vorliegenden Kapitel die Zahlen für den Untersuchungszeitraum vom 1. Januar - 31. August 2021 wiedergegeben. Am 13. Oktober hat Avaaz jedoch die Zahlen aktualisiert -- und die FactChecks, die untersucht wurden, stammen neu aus dem Zeitraum vom 1. Januar bis zum 27. September 2021. Somit sollte der gesamte Zeitraum bis zur Bundestagswahl am 26. September abgedeckt sein.

**\*\* Definition Politiker:innen:** In der vorliegenden Untersuchung wurden sowohl Daten zu aktiven Politiker:innen wie auch ehemaligen Politiker:innen -- sofern sie im Desinformation-Narrativ gezielt als Politiker:in einer Partei dargestellt wurden -- untersucht.

**Korrekturhinweis vom 13. Oktober 2021:** In der vorherigen Version dieses Berichts vom 6. September 2021 wurden hier die Zahlen von 1. Januar - 31. August 2021 wiedergegeben. Bei erneuter Auswertung der Daten haben wir festgestellt, dass in diesem Zeitraum insgesamt 31 Politiker:innen (anstelle von 30) betroffen sind -- und lediglich 81 Narrative als einzigartige Desinformations-Narrative eingeordnet werden können, die auf Politiker:innen abzielen (anstelle von 85). Wir haben die Daten und Grafiken im vorliegenden Kapitel entsprechend überarbeitet und mit dem neuen Datensatz bis zum Wahlabend aktualisiert.

## TV UND MAINSTREAM-MEDIEN ALS VERBREITER VON DESINFORMATION

Auf Basis der obigen Erkenntnisse und diesem starken Fokus auf Annalena Baerbock wollte Avaaz der Frage nachgehen, wie viele Personen in Deutschland die Falschnachrichten über die Kanzlerkandidatin der Grünen gesehen haben. **Eine von Avaaz bei YouGov Deutschland in Auftrag gegebene Umfrage ergab:**

- **56 % der Erwachsenen in Deutschland haben mindestens eine Falschnachricht über Annalena Baerbock gesehen.** Wenn wir von etwa 60 Millionen Wähler:innen ausgehen, sind das potenziell mehr als 30 Millionen Menschen.

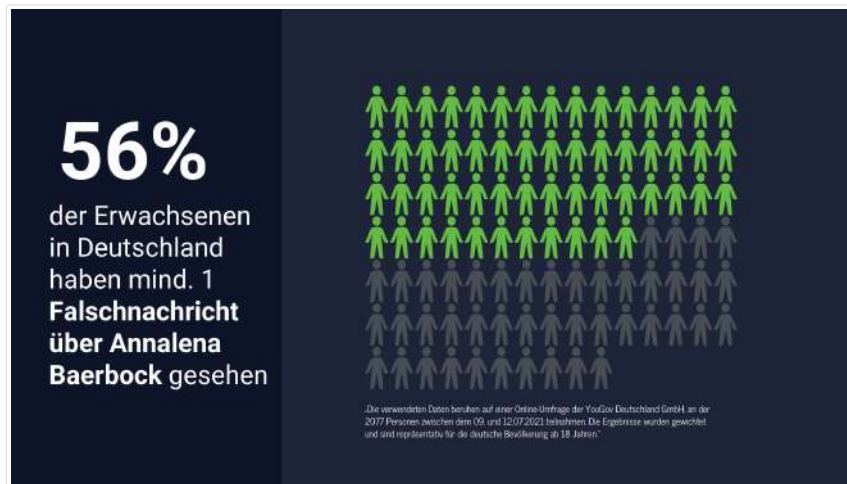


Abbildung -- Aus der Umfrage geht hervor: 56 % der Erwachsenen in Deutschland haben mindestens eine Falschnachricht über Annalena Baerbock gesehen. Die Umfrage kann online eingesehen werden, siehe "Methodik-Kasten". Aus der Umfrage geht nicht hervor, inwiefern die Desinformations-Narrative geglaubt wurden bzw. ob die Falschnachricht mit einer Richtigstellung versehen wurde.

Schauen wir uns nun genauer an, wo die Menschen diese Falschnachrichten gesehen haben, so geht aus der Umfrage hervor:

- **Fernsehen und Mainstream-Medien wurden als Top zwei Kanäle genannt, auf denen Falschinformationen über Annalena Baerbock gesehen wurden, sprich: Im Fernsehen und in dem Mainstream-Medien wurden die Falschnachrichten über Annalena Baerbock am häufigsten gesehen.** Auf Platz 3 folgt Facebook.

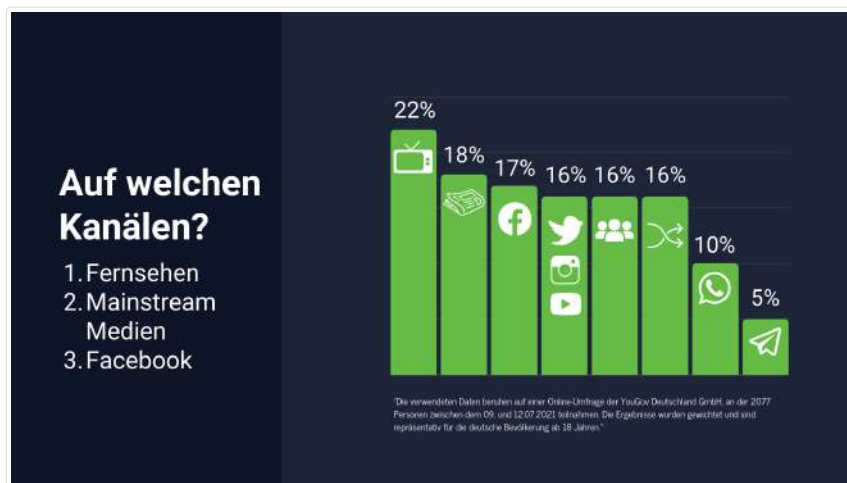


Abbildung -- Betrachten wir die Kanäle, auf denen Menschen den Falschnachrichten über Annalena Baerbock begegnet sind, so ergibt sich folgendes Bild: Mit 22 % steht die Berichterstattung im Fernsehen an erster Stelle, gefolgt von den Mainstream Medien (Print/Online) mit 18 %. Darauf folgt Facebook (17 %), andere soziale Medien (16 %), Gespräche mit Freunden / Familie / Kolleg:innen usw. (16 %), an anderer Stelle (16 %), WhatsApp (10 %) und Telegram (5 %).

*Christoph Schott, Kampagnendirektor bei Avaaz, sagt: „Eines wird klar: Desinformation hat auch in Deutschland das Mainstream-Publikum erreicht. Die Bundesrepublik läuft Gefahr, in die Fußstapfen der USA zu treten, wo Trumps Tweets – ob wahr oder falsch – von den Mainstream-Medien weit verbreitet wurden.“*

Außerdem ergab die Umfrage:

- Zwei Drittel (66 %) der Menschen in Deutschland schätzten Falschnachrichten und politisch motivierte Desinformationskampagnen als **Gefahr für die Bundestagswahlen** ein.

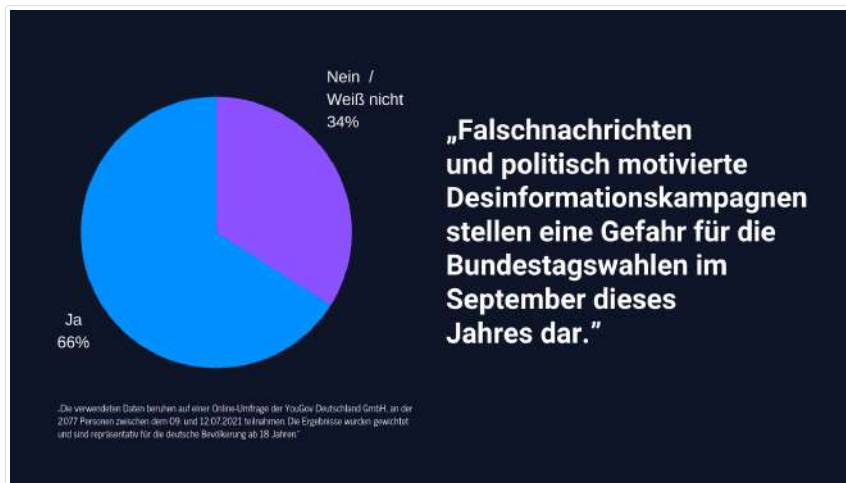


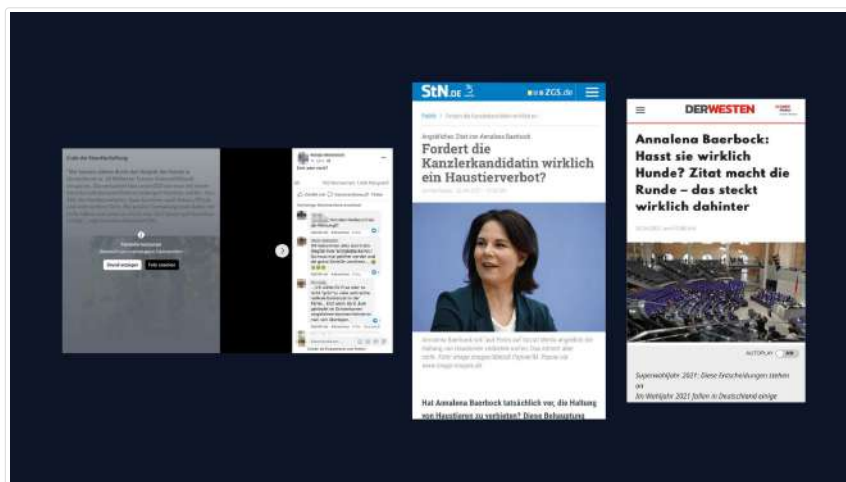
Abbildung -- Aus der Online-Umfrage von YouGov, die von Avaaz in Auftrag gegeben wurde, geht hervor: Zwei Drittel (66%) der Menschen in Deutschland schätzen Falschnachrichten und politisch motivierte Desinformationskampagnen als Gefahr für die Bundestagswahlen im September ein.

**Fernsehen und Mainstream Medien tragen zwar zu einem großen Teil zur Verbreitung der Falschnachrichten bei, deren Ursprung ist jedoch oft in den sozialen Medien auszumachen.** Im Folgenden wird anhand von zwei konkreten Beispielen der zeitliche Verlauf wiedergegeben, im Rahmen dessen sich die Desinformations-Narrative verbreitet haben. Es handelt sich dabei um zwei Falschnachrichten über Annalena Baerbock, die von Faktenprüfern entlarvt worden sind und Bestandteil der YouGov Umfrage waren.

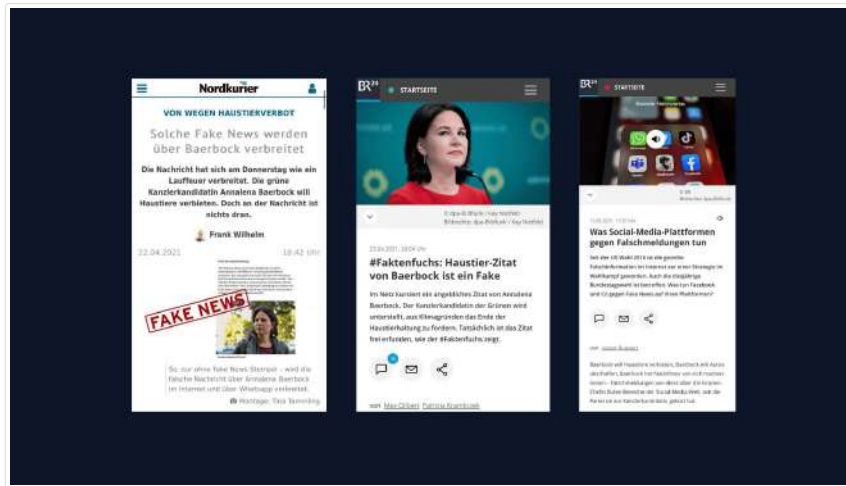
## VON DEN SOZIALEN MEDIEN IN DIE MAINSTREAM-PRESSE

Das Desinformations-Narrativ „Annalena Baerbock habe das Ende der Haustiervhaltung gefordert“ wurde von verschiedenen Faktenprüfern untersucht und als frei erfunden entlarvt. Werfen wir einen Blick auf den Ursprung dieser Falschnachricht, so ergibt sich folgendes Bild: Der FactCheck von [Correctiv](#) (22.4.21) verlinkt zu einem Facebook-Post; so verhält es sich auch beim FactCheck von [DPA](#) (22.4.21) und beim [FactCheck von AFP](#) (22.4.21). Alle drei Faktenprüfungen, die sich mit dem Desinformations-Narrativ „Annalena Baerbock will ein Haustiervorbot“ beschäftigen, verweisen also auf Facebook-Posts als Ursprung. Am selben Tag, an dem die Faktenprüfer ihre Artikel veröffentlichen, erscheint beispielsweise in den Stuttgarter Nachrichten ein Artikel mit dem Titel „[Fordert die Kanzlerkandidatin wirklich ein Haustiervorbot?](#)“. Die Überschrift wird hier in Form einer Frage gestellt, sodass für die Leser:innen nicht von Anfang an klar ist, dass es sich um eine Falschnachricht handelt. Am 29. April 2021 publiziert außerdem Der Westen (Website der Funke Mediengruppe) den folgenden Artikel: „[Annalena Baerbock: Hasst sie wirklich Hunde? Zitat macht die Runde – das steckt wirklich dahinter](#)“. Erneut: Aus der Überschrift wird nicht deutlich, dass es sich hier um ein frei erfundenes Zitat handelt.

Im Folgenden zeigen wir einen Screenshot eines ursprünglich in einem FactCheck genannten Facebook-Posts und die entsprechende Berichterstattung in den Medien. Wie bereits erwähnt, wird auf den Abbildungen deutlich: In den Artikeln von „Stuttgarter Nachrichten“ und „Der Westen“ wird in den Überschriften nicht auf den ersten Blick klar, ob es sich um eine Falschnachricht handelt – die Desinformations-Narrative werden als Fragen wiedergegeben. Im Gegensatz stehen die Beispiele, die als Zweites gezeigt werden (Nordkurier, Bayerischer Rundfunk): Bei dieser Berichterstattung wird bereits in der Überschrift oder im Untertitel klar, dass es sich um Fake News und Desinformations-Narrative handelt.



Abbildungen -- Links der Facebook-Post vom 21. April 2021 mit dem Desinformations-Narrativ „Haustiervorbot“, der im [Factcheck von AFP angegeben wird](#) (22. April 2021). In der Mitte die Berichterstattung in den [Stuttgarter Nachrichten](#) und rechts die Medienberichterstattung in [Der Westen](#) über das hier behandelte Desinformations-Narrativ.



Abbildungen -- Im Gegensatz dazu wird bei der Berichterstattung im Nordkurier oder im Bayrischen Rundfunk bereits in der Überschrift oder im Untertitel klar, dass es sich um Fake News und Desinformations-Narrative handelt.

Auch bei dem Desinformations-Narrativ „es kursieren Nacktbilder von Annalena Baerbock“ verhält es sich mit der Verbreitungsstruktur ähnlich. Der Faktenchecker [DPA](#) (26.4.21) spricht von „Social Media“ als „Quelle“ dieser Falschnachricht: Eine vermeintliche Aufnahme wird auf Facebook verbreitet, mit der Behauptung, es sei Annalena Baerbock darauf abgebildet. Medien wie RTL.de ([Wirbel um vermeintliche Nacktfotos von Annalena Baerbock im Netz](#), (5.5.21) und auch „Die Zeit“ ([Endet der Hype?](#), Absatz „Angeliche Nacktbilder von Baerbock“, 21.5.21) haben im Anschluss über diese Falschnachricht berichtet.

*Christoph Schott, Kampagnendirektor von Avaaz, sagt: „Wir müssen uns jetzt alle fragen: Spielen wir gerade den Verbreitern von Falschnachrichten in die Hände, indem wir ihnen helfen, ihre Lügen aus Facebook-Gruppen und Telegram-Chats auf die Fernsehbildschirme und Handydisplays von Millionen von deutschen Wähler:innen zu bringen?“*

## DEUTSCHLAND: PARALLELE ZU DEN USA ERSICHTLICH

**In der Tatsache, dass die TV- und Mainstream-Medien als Top zwei Kanäle genannt wurden, auf denen die Desinformation über Annalena Baerbock gesehen wurde, stellen wir starke Parallelen zu den USA fest:**

Aus einer [Harvard Studie](#) vom Oktober 2020 geht hervor: „[Donald Trump hat die Kunst perfektioniert, sich die Massenmedien zunutze zu machen, um seine Desinformationskampagne zu verbreiten und zuweilen zu verstärken.](#)“ Die Washington Post hatte im Anschluss wie folgt über die Studie berichtet: „[Die amerikanische Mainstream-Presse hat einen Großteil der Drecksarbeit gemacht](#)“. So habe die Mainstream-Presse in den USA dazu beigetragen, dass viele Menschen geglaubt haben, dass die US-Wahlen vom 3. November „gestohlen“ bzw. unrechtmäßig gewesen sein könnten. Aus der Berichterstattung in der Washington Post geht außerdem hervor, dass „[insbesondere die Medien, die sich am meisten bemühten, unvoreingenommen zu erscheinen, einen großen Teil der Arbeit geleistet hatten - zum Teil aufgrund ihrer großen Reichweite und ihres Einflusses auf weniger parteiliche Wähler.](#)“

Diese Untersuchungsergebnisse zeigen deutlich: Desinformation hat auch in Deutschland die Massen erreicht und hat das Potential, eine Gefahr für die Bundestagswahlen darzustellen. **Ein verantwortungsvoller Umgang mit Berichterstattung im Fernsehen und in den Mainstream-Medien über Desinformations-Narrative in den letzten Wochen vor den Wahlen ist daher unerlässlich**. Die Verantwortung, Richtigstellungen von unabhängigen Faktenprüfern genau all jenen Nutzer:innen anzuzeigen, welche die ursprüngliche Falschnachricht gesehen haben, liegt aus unserer Sicht vorrangig bei den Social Media Plattformen selbst. Nur sie wissen, welche Nutzer:innen mit der Desinformation in Kontakt gekommen sind und können somit gezielter gegensteuern.

*Methodik: Die verwendeten Daten beruhen auf einer Online-Umfrage der YouGov Deutschland GmbH, an der 2077 Personen zwischen dem 09. und 12.07.2021 teilnahmen. Die Ergebnisse wurden gewichtet und sind repräsentativ für die deutsche Bevölkerung ab 18 Jahren. Die Umfrage wurde von Avaaz in Auftrag gegeben und ist hier [vollständig einsehbar](#).*

*Bitte beachten Sie: Die im Abschnitt „Deutschland: Parallele zu den USA ersichtlich“ wiedergegebenen Zitate sind im Original auf englisch -- und wurden von Avaaz auf Deutsch übersetzt.*

## Facebook: Falschnachrichten ohne Warnhinweise



**Facebook:**  
**>50%**  
der Desinfo  
Posts über  
Baerbock  
ohne  
Warnhinweis

Abbildung -- Diese Abbildung zeigt eine Zusammenstellung von Screenshots von Facebook-Posts, die Falschnachrichten zu Annalena Baerbock beinhalten, welche von unabhängigen Faktenprüfern entlarvt wurden. Einige der Posts wurden mit einem Warnhinweis versehen -- andere nicht.

*„Die Bundestagswahl 2021 stehe ganz oben auf der Agenda, sie sei Facebooks „Top Priority“, versichert Nick Clegg. (...) Seit 2018 ist er Facebooks oberster Politik-Stratege und weiß die Bemühungen seines Arbeitgebers zu verkaufen. Von einem interdisziplinären Team mit 200 Mitarbeitern berichtet Clegg, unter ihnen ehemalige Verfassungsschützer, Ermittler, Computerspezialisten. Seit dem vergangenen Herbst arbeitet sich die Truppe schon durch die Tiefen des Facebook-Netzwerks, um nach Bedrohungen Ausschau zu halten.“ -*

*Quelle: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 14. Mai 2021*

In Anbetracht dieses Versprechens von Facebook im Mai 2021 sind die folgenden Ergebnisse der Avaaz-Untersuchung erstaunlich: **Mehr als 50 % der Facebook-Posts aus unserer Stichprobe, die entlarvte Falschnachrichten über Annalena Baerbock enthalten, sind ohne Warnhinweise online ersichtlich**. Einerseits ist das besonders irritierend, weil es sich hierbei um Falschnachrichten handelt, die von Facebooks eigenen Fact-Checking-Partnern (DPA, AFP, Correctiv) entlarvt wurden. Andererseits ist es erstaunlich, dass nahezu identische Posts (Klone) manchmal mit einem Warnhinweis versehen sind, und manchmal nicht. Offenbar gelingt es Facebooks künstlicher Intelligenz -- oder Facebooks Mitarbeitenden -- derzeit nicht gut genug, solche fast identischen Posts besser zu erkennen und mit Warnhinweisen zu versehen. Im Gegensatz dazu hat das Research-Team von Avaaz die Posts aus unserer Stichprobe ohne großen Aufwand und mit Hilfe einer einfachen Suche auf Facebook oder CrowdTangle gefunden.

Diese Erkenntnisse sind nicht neu -- Avaaz hat [bereits bei den Wahlen in den USA festgestellt](#): Facebook versieht Desinformations-Narrative mit Warnhinweisen, wenn diese von [unabhängigen Faktenprüfern, mit denen Facebook zusammenarbeitet](#), entlarvt wurden. Sobald es aber Klone gibt oder das Bild/Meme leicht abgeändert wird (zum Beispiel ein neuer Zuschnitt), wird die Fehlinformation zum Teil nicht mehr erkannt. Auch wenn das ursprüngliche Meme als Fehlinformation gekennzeichnet ist, reicht es oft aus, ein anderes Hintergrundbild zu wählen, den Beitrag leicht zu verändern oder ihn anders zuzuschneiden, um die Erkennung von Facebook zu umgehen. Im folgenden Beispiel ist dies erkennbar.

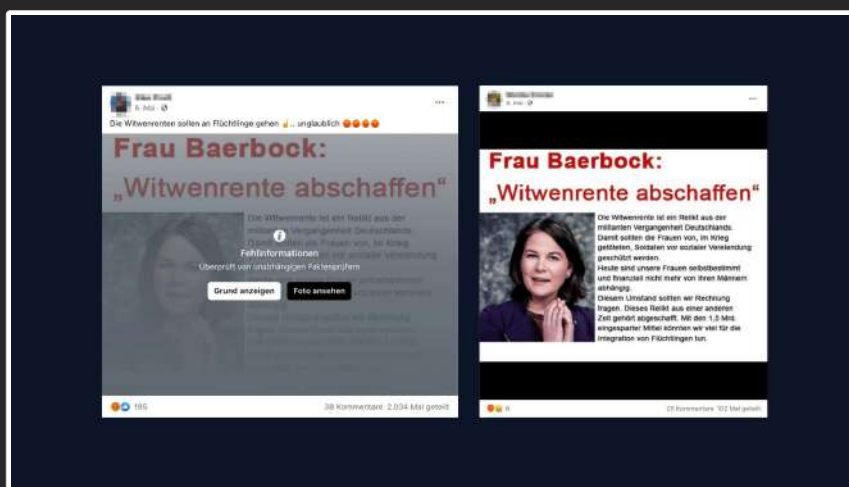


Abbildung -- Zwei Facebook-Posts, die identische Desinformations-Narrative teilen, die jedoch leicht unterschiedlich zugeschnitten sind. Der Post auf der linken Seite wurde mit einem Warnhinweis versehen, der Post auf der rechten Seite jedoch war ohne Warnhinweis online.

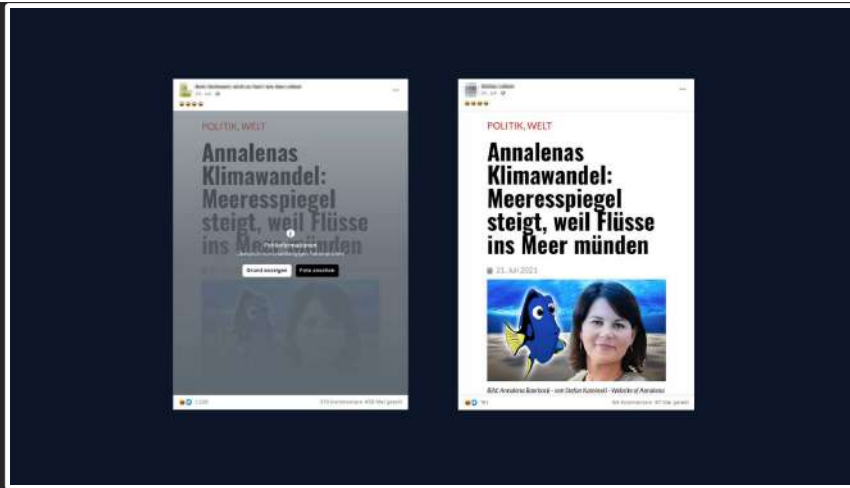


Abbildung -- Hier zwei Facebook-Posts, die das gleiche Bild teilen. Links mit Warnhinweis, rechts ohne.

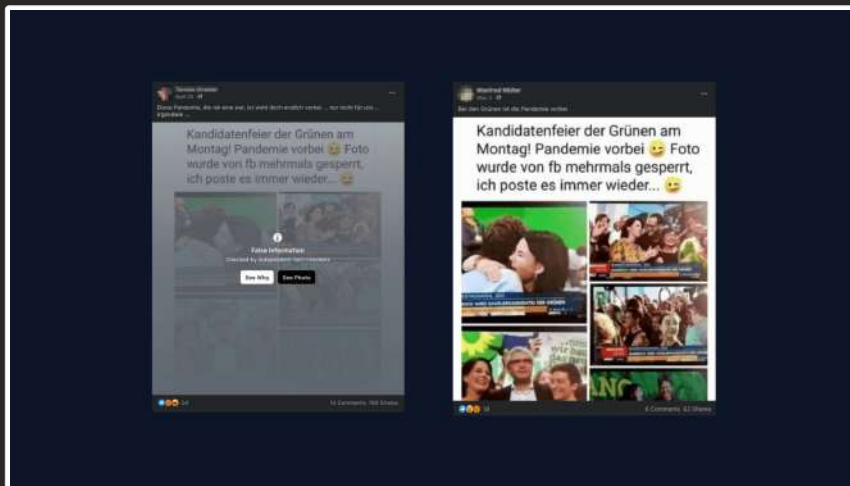


Abbildung -- Hier zwei Facebook-Posts: Der einzige Unterschied scheint ein leicht anderer Zuschritt. Links mit Warnhinweis, rechts ohne.

*Christoph Schott, Kampagnendirektor von Avaaz sagt dazu: „Nachdem wir Facebook bereits in der Vergangenheit auf diese Missstände hingewiesen haben, erstaunt es doch sehr, dass dieses altbekannte Problem in der Zwischenzeit noch immer so weit verbreitet ist. Das rückt Facebook in ein schlechtes Licht, vor allem weil von Seiten Facebook versichert wurde, die Bundestagswahl habe „Top Priority““*

*Methodik: Avaaz hat 137 Facebook-Posts aus dem Zeitraum vom 1. Mai bis 31. Juli 2021 untersucht, die Desinformations-Narrative über Annalena Baerbock geteilt haben, die zuvor von den unabhängigen Faktenprüfern und Facebook-Partnern [Correctiv Faktencheck](#), [dpa factchecking](#) und [AFP Faktencheck](#) entlarvt wurden.*

## DIE AFD DOMINIERT AUF FACEBOOK

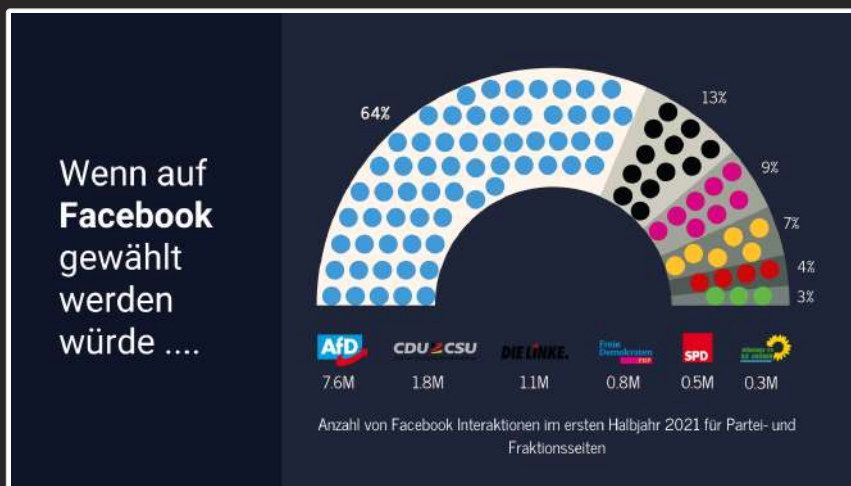


Abbildung -- Gemessen an der Anzahl von Facebook-Interaktionen im ersten Halbjahr 2021 für die deutschen Partei- und Fraktionsseiten: Die AFD dominiert auf Facebook mit 64 % Anteil an Interaktionen (7,6 Millionen Interaktionen), die Union rangiert auf



Platz 2 (1,8 Millionen Interaktionen), gefolgt von Die Linke (1,1 Millionen Interaktionen), FDP (0,8 Millionen Interaktionen), SPD (0,5 Millionen Interaktionen) und Die Grünen (0,3 Millionen Interaktionen).

Im Rahmen unserer Social-Media-Analyse werfen wir auch einen Blick auf die Facebook-Präsenz deutscher Parteien: Im Jahr 2021 entfallen 64 % aller Interaktionen von Partei- und Fraktionsseiten auf die AfD -- und die AfD geht mit 7,6 Millionen Interaktionen als Gewinner auf Facebook hervor. Am anderen Ende des Spektrums konnten Die Grünen im gleichen Zeitraum lediglich 0,3 Millionen Interaktionen verzeichnen. Sprich: Die AfD-Seiten erreichen auf Facebook 25 Mal mehr Interaktionen als die der Grünen. In diesem Zusammenhang erinnere man sich an die Situation vor etwas mehr als zwei Jahren: [Im Mai 2019 -- kurz vor den EU-Wahlen -- hat die AfD laut einer Studie auf Facebook ebenfalls bereits dominiert](#). Damals kam eine [Studie der George Washington University](#) zu dem Schluss, dass „Tausende dubiose Facebook-Accounts, deren Echtheit zweifelhaft ist, für die AfD werben“.

*Methodik: Mit Hilfe von CrowdTangle wurden die Interaktionen der Partei- und Fraktionsseiten auf Facebook analysiert, für den Zeitraum vom 1. Januar 2021 bis 30. Juni 2021. Die Zahlen wollten wir am 31. August 2021 aktualisieren, aber das Tool CrowdTangle Intelligence ermöglicht es uns zurzeit nicht, die Daten für die SPD-Parteiseite abzurufen. Wir haben zu CrowdTangle Kontakt aufgenommen. Falls möglich, werden wir die Zahlen für den Zeitraum bis einschließlich 31. August aktualisieren und entsprechend vermerken.*

## Exkurs: RT DE überholt Bild, Spiegel und Tagesschau auf Facebook

Russlands [Einflussnahme](#) auf den US-Wahlkampf ist [mehrfach belegt](#). In Deutschland warnen sowohl das [Innenministerium](#) als auch der [Verfassungsschutz](#) vor dem russischen Sender RT DE. Im Rahmen unserer Social-Media-Analyse haben wir uns dessen Performance auf Facebook angeschaut und folgendes festgestellt: **Nach einem massiven Anstieg im Herbst letzten Jahres hat die Facebook-Seite von RT DE im ersten Halbjahr 2021 mehr Interaktionen erzeugt als die Seiten von Bild, Spiegel oder der Tagesschau.**



Abbildung -- Eine Darstellung der Interaktionen mit der Facebook-Seite von RT DE zwischen Januar 2018 und Januar 2021 (links) zeigt, dass diese bis August 2020 weitgehend konstant blieben. Auf der rechten Seite sieht man den sprunghaften Anstieg im August 2020, mit dem RT DE die Facebook-Seiten von BILD, Tagesschau und Spiegel einholte.

Dieser Anstieg der Interaktionen von RT DE auf Facebook, der im August 2020 startete, scheint kein Zufall zu sein: Er fiel zeitlich mit den ersten großen Protesten der „Querdenken“-Bewegung und anderer Gegner der Corona-Maßnahmen zusammen. Vor allem im August 2020 zeichnete sich deutlich ab: **Fünf der sechs erfolgreichsten Facebook-Posts von RT DE sind Live-Berichte über die Proteste.**

[Ähnlich wie RT France bei den](#) Protesten der Gelbwesten im Jahr 2019 war RT DE im August 2020 vor allem mit der Live-Berichterstattung zu der Corona-Protestbewegung besonders erfolgreich. Der [Facebook-Beitrag von RT DE vom 29. August 2020](#) erreichte über fünf Millionen Videoaufrufe und berichtet von der Großdemo in Berlin. Dies ist besonders vor dem Hintergrund interessant, [dass RT DE offenbar seit längerem einen Fernsehsender für Deutschland plant](#) und versucht, [eine Fernseh-Lizenz zu erhalten -- damit jedoch zuletzt in Luxemburg gescheitert ist.](#)



Abbildung -- Hier zu sehen sind die sechs erfolgreichsten Posts (views) der Facebook-Seite von RT DE vom August 2020. Fünf der sechs Posts sind Live-Übertragungen von Demonstrationen gegen die Corona-Maßnahmen.

**Im ersten Halbjahr 2021 schafft es RT DE dann auf Facebook, die Mainstream-Medien Bild, Spiegel oder Tagesschau zu überholen und verzeichnet insgesamt mehr Interaktionen auf Facebook** (12,03 Millionen bei RT DE im Gegensatz zu 11,34 Millionen bei der Tagesschau, 11,16 Millionen bei BILD, 10,47 Millionen bei DER SPIEGEL). Interessant dabei: BILD hat 2,5 Millionen Follower auf Facebook, Tagesschau knapp 2,2 Millionen und Der Spiegel 2,1 Millionen. RT DE hingegen hat lediglich knapp über 600.000 Follower. Das bedeutet: Mit weit weniger Followern erzeugt RT DE mehr Interaktionen als die etablierten deutschen Medien.



Abbildung -- Im ersten Halbjahr 2021 (01.01.21 - 30.06.21) erreichte RT DE mit seiner Facebook-Seite mehr Interaktionen als BILD, Tagesschau oder Der Spiegel (links). Und das, obwohl die Follower-Zahlen von RT DE weit hinter denjenigen der drei Mainstream-Medien zurückbleiben (rechts).

*Methodik: Um die Facebook-Interaktionen und die Follower verschiedener Seiten -- sowie die beliebtesten Posts von RT DE -- zu ermitteln, haben wir Facebooks eigenes Tool CrowdTangle genutzt und die entsprechenden Facebook-Seiten untersucht. Im vorliegenden Report werden die Zahlen für den Recherche-Zeitraum vom 1. Januar bis 30. Juni 2021 wiedergegeben. Eine erneute Überprüfung des Avaaz-Teams vor Veröffentlichung der vorliegenden Reports, am 31. August 2021, zeigt: RT DE liegt nach wie vor an der Spitze mit 15,71 Millionen Interaktionen, gefolgt von Bild (15,03 Millionen Interaktionen), Tagesschau (14,29 Millionen) und Der Spiegel (14,13 Millionen).*

## RT DE ERFOLGREICH AUF FACEBOOK -- VOR ALLEM MIT ARTIKELN ZUM THEMA IMPFUNG

In einer weiteren Analyse hat sich Avaaz damit auseinandergesetzt, welche Artikel der Website <https://de.rt.com/> die meisten Interaktionen auf Facebook erzeugt haben. Hier stellten wir fest, dass 7 der Top 10 Artikel das Thema Impfung behandeln. Das Framing, vor allem im Titel, war aus Avaaz' Sicht dabei zumeist negativ aufgeladen: In vier Artikeln wird über gefährliche Nebenwirkungen der Impfung berichtet (in dreien über Todesfälle, in einem über Hunderte von Erkrankungen). Ein Artikel berichtet darüber, dass der Europäische Gerichtshof für Menschenrechte grünes Licht für „Zwangsimpfungen“ gegeben habe -- ein anderer darüber, dass ein Ende der Pandemie laut WHO-Vertreter in Sicht ist, offenbar auch ohne Impfung. Ein anderer Artikel berichtet über Impferweigerungen durch Pflegepersonal.

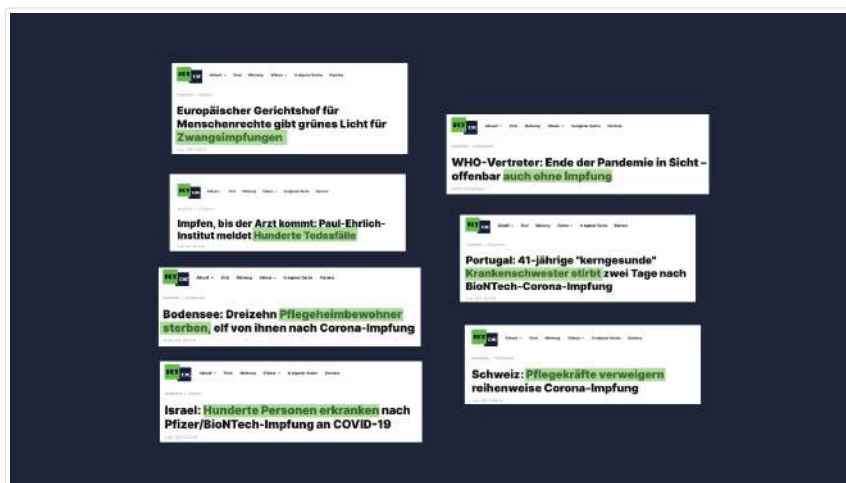


Abbildung -- 7 von 10 <https://de.rt.com/>-Artikel, die im Zeitraum vom 1.1. bis 21.5.2021 die meisten Interaktionen auf Facebook erreichten, behandeln das Thema Impfung. Das Framing, vor allem im Titel, war aus unserer Sicht dabei zumeist negativ aufgeladen.

Ein Blick in unsere Desinformations-Datenbank, in der wir systematisch Desinformations-Narrative gesammelt haben, die von den unabhängigen Faktenprüfern AFP, DPA und Correctiv entlarvt wurden, zeigt: Im Jahr 2021 wurde <https://de.rt.com/> mehrmals von Faktenprüfern entlarvt ( [Factcheck 1](#) , [Factcheck 2](#) , [Factcheck 3](#) ) und es wurde auf „falsche oder irreführende“ Inhalte in Artikeln von RT DE hingewiesen. In zwei von drei Fällen hat RT DE jedoch nach der Veröffentlichung der Faktenprüfung eine Korrektur durchgeführt und dies auch klar gekennzeichnet.

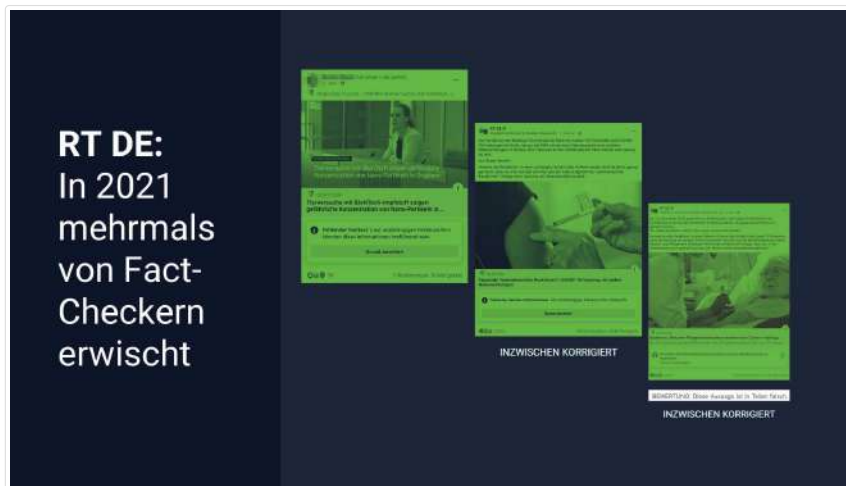


Abbildung -- RT DE wurde im 2021 bereits mehrmals von Faktenprüfern entlarvt. In zwei der hier abgebildeten Fällen hat RT DE jedoch nach der Veröffentlichung der Faktenprüfung eine Korrektur durchgeführt und diese auch klar gekennzeichnet.

## AFD PARTEI/POLITIKER/FAN-SEITEN ALS HAUPTVERBREITER VON RT DE ARTIKELN

Nebst der inhaltlichen Analyse haben wir in einem nächsten Schritt genauer untersucht, wer die erfolgreichsten **RT DE Artikel** auf Facebook teilt. Betrachten wir die 100 Artikel von <https://de.rt.com/>, die im ersten Halbjahr 2021 (1.1. - 21.5.21) auf Facebook die meisten Interaktionen erzielt haben, so zeichnet sich folgendes Bild ab: **Ein Drittel der Facebook-Posts, die RT DE Artikel teilen, kommen von Facebook-Seiten mit Bezug zur AfD.** Dabei handelt es sich sowohl um AfD-Partei und Politiker:innen-Seiten wie auch um AfD-Fan- und Community-Seiten. Auch „Alternative News Seiten“, Akteure aus dem rechten politischen Spektrum und Querdenker gehören zu den Verbreitern von RT DE Artikeln.

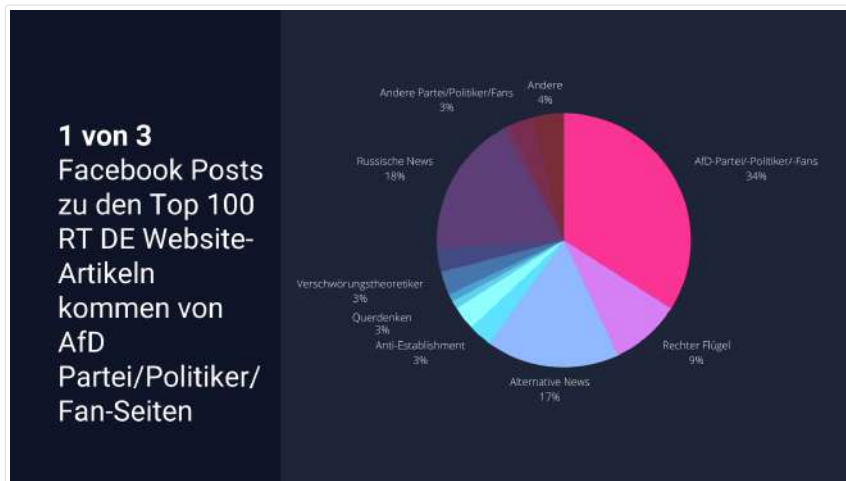


Abbildung -- Thematische Einordnung der Facebook-Posts zu den Top 100 RT DE Artikeln: Gut ein Drittel der Posts kommen von AfD-nahen Facebook-Seiten.

*Methodik: Wir haben das Tool BuzzSumo benutzt, um die Top 10 bzw. die Top 100 RT DE Website Artikel zu identifizieren -- sprich die 100 Artikel der Website <https://de.rt.com/>, die die meisten Interaktionen auf Facebook erhalten haben. Untersuchungszeitraum war der 1. Januar bis 21. Mai 2021. Im Anschluss haben wir am 1. Juni 2021 analysiert, wer diese Top 100 RT DE Artikel (<https://de.rt.com/>) auf Facebook verbreitet. Für diese Identifizierung der Posts wurde CrowdTangle genutzt.*

## Unsere Forderungen

### Unsere Demokratie vor Desinformation schützen

- 1. SOZIALE NETZWERKE REGULIEREN**

Die Plattformen sollten zu Transparenz und wirkungsvollen Maßnahmen verpflichtet werden: Die Reichweite von Desinformation muss offengelegt und das Vorgehen der Plattformen transparent gemacht werden.
- 2. RICHTIGSTELLUNGEN ANZEIGEN**

Die Plattformen sollten allen Nutzer:innen, die auf ihren Netzwerken mit Desinformationen in Kontakt gekommen sind, eine Korrektur von unabhängigen Faktenprüfern anzeigen.
- 3. ALGORITHMEN BRAUCHEN EINEN "DETOX"**

Die aktive Beschleunigung von bekannten Falschnachrichten sowie systematischen Misinformern durch die Algorithmen der Plattformen sollten reduziert werden.

Abbildung -- Avaaz' Forderungen an deutsche und europäische Entscheidungsträger.

**Avaaz setzt sich seit Jahren für die Regulierung von Social Media Plattformen ein.** Dazu hat Avaaz Prinzipien erarbeitet, welche die Grundlage zur Bekämpfung von Desinformation bilden können. Es handelt sich dabei um einen umfassenden **Regulierungsvorschlag**, der auf den Prinzipien von Transparenz, Verantwortung und Freiheit basiert. Wir haben uns eingehend mit Akademiker:innen, Gesetzgeber:innen, Vertreter:innen der Zivilgesellschaft und Führungskräften aus dem Bereich der sozialen Medien beraten, um diese Grundprinzipien festzulegen. Daher **fordern wir die Deutsche Regierung auf, sich in Deutschland und der EU dafür einzusetzen, dass unsere Demokratien und nicht die Plattformen selbst die Spielregeln festlegen:**

### 1. SOZIALE NETZWERKE REGULIEREN

Die Plattformen sollten zu Transparenz und wirkungsvollen Maßnahmen verpflichtet werden: Die Reichweite von Desinformation muss offengelegt und das Vorgehen der Plattformen transparent gemacht werden. Gerade auf europäischer Ebene muss der Digital Services Act dazu beitragen, unsere Demokratien besser vor Desinformation zu schützen und die Social-Media-Plattformen stärker in die Verantwortung zu nehmen.

### 2. RICHTIGSTELLUNGEN ANZEIGEN

Die Plattformen sollten allen Nutzer:innen, die auf ihren Netzwerken mit Desinformationen in Kontakt gekommen sind, eine Korrektur von unabhängigen Faktenprüfern anzeigen -- auch rückwirkend. Eine [Studie](#), die von Forscher:innen der George Washington University und der Ohio State University mit Unterstützung von Avaaz durchgeführt wurde, zeigte nämlich: Werden rückwirkend Korrekturen angezeigt, kann der Glaube an Falschnachrichten dadurch um durchschnittlich fast die Hälfte verringert werden.

### 3. ALGORITHMEN BRAUCHEN EINEN "DETOX"

Die aktive Beschleunigung von bekannten Falschnachrichten und systematischen Misinformern durch die Algorithmen der Plattformen sollten reduziert werden. Die Regeln, welche dazu angewandt werden, müssen transparent gemacht und überprüfbar sein. Nutzer:innen sollten informiert werden und betroffene Seiten die Möglichkeit haben, Einspruch zu erheben.

Unsere grundsätzliche Forderung nach Regulierungen wird von einer großen Mehrheit der Menschen in Deutschland unterstützt: Aus der YouGov Umfrage geht hervor, dass knapp drei Viertel der Erwachsenen in Deutschland der Meinung sind, dass Deutschland und die EU Gesetze erarbeiten (sollten), die dafür sorgen, dass Social Media Plattformen unsere Gesellschaft besser vor Falschnachrichten, Manipulation und dem Missbrauch von Daten schützen.

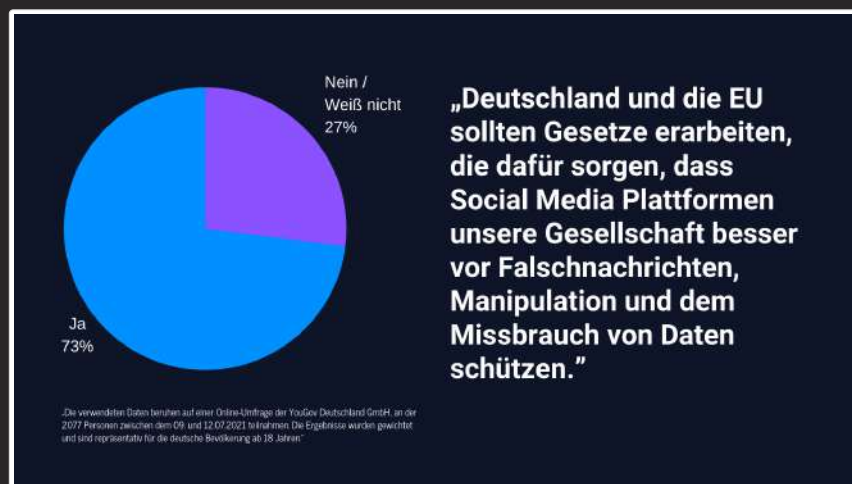


Abbildung -- Die auf dieser Grafik verwendeten Daten beruhen auf einer Online-Umfrage der YouGov Deutschland GmbH, an der 2077 Personen zwischen dem 09. und 12.07.2021 teilnahmen. Die Ergebnisse wurden gewichtet und sind repräsentativ für die deutsche Bevölkerung ab 18 Jahren. Die Umfrage wurde von Avaaz in Auftrag gegeben und ist hier [einsehbar](#).

Wir sind überzeugt, dass diese Herausforderungen besser gemeistert werden können durch Richtlinien, die die Meinungsfreiheit und die Demokratie schützen -- eine Balance, die demokratisch legitimierte Institutionen unserer Ansicht nach besser garantieren können als die Plattformen selbst.

# Über Avaaz

Avaaz ist eine globale Bürgerbewegung mit mehr als 68 Millionen Mitgliedern aus der ganzen Welt. Alle finanziellen Mittel der Organisation stammen aus kleinen Spenden einzelner Mitglieder.

Dieser Bericht ist Teil einer [laufenden Avaaz-Kampagne zum Schutz unserer Gesellschaft vor der Gefahr von Desinformation auf sozialen Medien](#). Als Teil dieser Bemühungen haben die Untersuchungen von Avaaz zuletzt gezeigt, dass:

- [politische Falschnachrichten auf Facebook vor den letzten Präsidentschaftswahlen in den USA geschätzt über 150 Millionen Mal angesehen wurden](#) ;
- [Facebooks Algorithmen eine große Bedrohung für die öffentliche Gesundheit darstellen](#) .
- [Millionen von Menschen Falschnachrichten zu Corona ausgesetzt waren](#) und
- [Klima-Falschinformation auf Youtube millionenfach gesehen wurde](#) .

Die Arbeit von Avaaz zum Thema Desinformation beruht auf der festen Überzeugung, dass Falschnachrichten, die sich in sozialen Medien verbreiten, eine ernste Bedrohung für die Demokratie, die Gesundheit und das Wohlergehen der Bevölkerung sowie die Sicherheit schutzbedürftiger Menschen darstellen können. Avaaz berichtet offen über seine Desinformations-Forschung, um soziale Medienplattformen, Regulierungsbehörden und die Öffentlichkeit zu sensibilisieren und aufzuklären. Unser Ziel ist es, der Gesellschaft zu helfen, intelligente Lösungen zu finden, um die Integrität unserer Wahlen und unserer Demokratien zu schützen.

**Avaaz Berichte sowie weitere wichtige Informationen finden Sie auf [unserer Plattform zu Desinformation](#).** Wenn Sie an einem **Interview mit dem Kampagnenleiter** von Avaaz interessiert sind oder einfach über weitere Berichte und Untersuchungen unseres Teams auf dem Laufenden gehalten werden möchten, wenden Sie sich bitte an [muriel@avaaz.org](mailto:muriel@avaaz.org) .

**Sollten uns in diesem Bericht Fehler unterlaufen sein, so teilen Sie uns dies bitte umgehend mit** und geben Sie uns Feedback an [muriel@avaaz.org](mailto:muriel@avaaz.org) . Wir tun unser Bestes, bei unserer Arbeit die höchsten Standards einzuhalten, aber natürlich unterlaufen auch uns Fehler.