

**STELLUNGNAHME ZUM ANTRAG DER FRAKTION DER AFD IM LANDTAG  
NORDRHEIN-WESTFALEN, DRS. 18/4346**

**„Einsetzung einer Enquetekommission „Krisen- und Notfallmanagement“ –  
durch die Lehren der Vergangenheit die Zukunft sicher gestalten“**

Die Gesellschaft für Medienpädagogik und Kommunikationskultur e.V. (GMK) wurde am 7. Oktober 2024 per E-Mail angefragt, anlässlich der Anhörung im Landtag am 8. November 2024 zum o.g. Antrag schriftlich Stellung zu nehmen. Wir bedanken uns für die Möglichkeit und kommen der Einladung hiermit gerne nach.

**Fragenkatalog:**

**1. Haben Sie einleitend Anregungen, die sie uns für die Arbeit in der Enquete-Kommission geben möchten?**

Nein.

**2. Welche Mechanismen machen die Menschen in Krisen- und Katastrophenlagen besonders empfänglich für Desinformationskampagnen und Fake News?**

In Krisen- und Katastrophenlagen wird die Gesellschaft von großer Unsicherheit erfasst, was den Verlauf von Ereignissen und ihre Folgen auf unterschiedlichen Ebenen – z.B. Individuell, regional, national, global – betrifft. Diese Unsicherheiten treffen zugleich auf ein großes Informationsbedürfnis über geplante Maßnahmen und die nächsten Schritte von Politiker\*innen zum Schutz und zur Unterstützung der Bevölkerung. Da das Internet, insbesondere Social Media, einen öffentlichen Raum bietet, um Informationen zu verteilen sowie Standpunkte einzunehmen und zu diskutieren, erreicht die Menschen eine große Flut an Informationen, die sie innerhalb kürzester Zeit einordnen müssen, um Zutreffendes von nicht Zutreffendem zu unterscheiden und sich eine eigene Meinung zu bilden. Wer hier nicht über die nötigen Medienkompetenzen verfügt, um Nachrichten oder Informationen als seriös oder unseriös einstufen zu können, nimmt schnell die Meinung an, die ihm/ihr am lautesten, buntesten oder provokativsten präsentiert wird – in einer Form also, die im Gedächtnis bleibt, aber nicht unbedingt auf eine qualitative Hochwertigkeit des Inhalts schließen lässt. Ein vermeintlicher Experte wird dann beispielsweise gerne schnell als solcher wahrgenommen, weil es einfacher ist, als nach verschiedenen Expertisen zu suchen, Quellen zu prüfen oder Standpunkte zu vergleichen. So kommt es leicht zur Verbreitung von Falschinformationen, die wiederum zu

GMK e.V.

Obernstraße 24a  
33602 Bielefeld

fon 05 21 / 6 77 88  
fax 05 21 / 6 77 92

gmk@medienpaed.de  
www.gmk-net.de

**Geschäftsführerin**

Dr. Friederike von Gross

**Vorsitzende**

Rüdiger Fries,  
Landeszentrale für politische  
Bildung des Saarlandes

Prof. Dr. phil.  
Eik-Henning Tappe,  
FH Münster

Desinformationen werden. Gezielt verbreitete Desinformation arbeitet u.a. mit Vereinfachung und starker Emotionalisierung, um eine große Verbreitung zu erreichen. Gerade diese Emotionalität nimmt in Krisen- und Katastrophenlagen starken Einfluss auf die Betroffenen. Menschen neigen außerdem dazu, eine Information, die ihre persönliche Einstellung bestätigt, eher anzunehmen (Confirmation Bias / Bestätigungsfehler). Eine Information, die unser Weltbild untermauert, hinterfragen wir weniger und erkennen damit nicht so leicht, wenn es sich dabei um eine Desinformation handelt. Aber auch informationstechnische Aspekte spielen eine Rolle: Wer nicht auf seine eigenen Datenspuren achtet, gibt vielen Informationen von sich preis, die wiederum auch zum gezielten Verbreiten von Desinformation genutzt werden können. Dies geschieht etwa beim sogenannten Microtargeting, wenn Desinformationen gezielt an bestimmte Personen oder Personengruppen ausgespielt werden.

**3. (Inwiefern) trägt die Verbreitung von Desinformationen und Fake News zu einer gesellschaftlichen Polarisierung und einer Schwächung des gesellschaftlichen Zusammenhalts bei, wer profitiert von solchen Kampagnen, und welche Motive stehen hinter der Verbreitung dieser Inhalte?**

Desinformationen werden oft bewusst in emotional aufgeladenen Situationen und Krisen verbreitet, um sich die Emotionen und ggf. bestehende Vorurteile der Menschen zunutze zu machen. In solchen Momenten sind Menschen anfälliger für die Beeinflussung durch irreführende Informationen, da Emotionen rationale Überlegungen häufig überlagern. Desinformation nutzt Emotionen als Einfallstor und verstärkt sie gezielt. Hass und Vorurteile gegen anderen Menschengruppen und die Spaltung der Gesellschaft sollen gefördert werden. Und das Vorhaben gelingt den Desinformant\*innen oftmals: Durch das Verbreiten von Desinformation wird gezielt Verwirrung gestiftet und das Vertrauen in die Politik und Gesellschaft nimmt ab. Gezielt gestreute Falschnachrichten verschieben Diskurse und verlangsamen das Finden gemeinsamer Lösungen. Die gezielt verbreiteten Falschinformationen sollen oft hitzige Diskussionen hervorrufen, komplexe Zusammenhänge vereinfachen, polarisieren und damit die Gesellschaft spalten. All dies ist schädlich für die Demokratie und den gesellschaftlichen Zusammenhalt. Dadurch beeinflussen sie gesellschaftliche Diskurse, Konflikte und politische Entscheidungen und untergraben zudem wissenschaftliche Erkenntnisse. Eine aufgeheizte Stimmung macht es zudem schwieriger, sich gesellschaftlich zu verständigen und Kompromisse zu finden. Desinformation schwächt somit die Gesellschaft sowie demokratische Diskurse auf Augenhöhe.

- 4. Welche Maßnahmen bzw. Strategien sollten Ihrer Meinung nach ergriffen werden, um die Resilienz der Bevölkerung gegenüber Desinformationskampagnen und Fake News zu stärken? Welche Akteure sehen Sie hier vor allem in der Pflicht?**

und

- 5. Wie können Behörden, Medien und soziale Netzwerke zusammenarbeiten, um die Verbreitung von Desinformationskampagnen und Fake News während einer Krisen- oder Katastrophensituation zu verhindern? Kennen Sie hier Good-Practice-Beispiele, die sich Ihrer Meinung nach bewährt haben?**

Es ist unerlässlich, die Fähigkeiten der Menschen zu stärken, Desinformation zu erkennen und mit ihr adäquat umzugehen. Das bedeutet Informationen zu hinterfragen, nach zusätzlichen Quellen zu recherchieren, die fachlichen Hintergründe von Autor\*innen zu prüfen, eine Bilderrückwärtsuche durchzuführen, Wissen darüber zu erlangen, was heutzutage technisch möglich ist, z.B. im Bereich von Deepfakes und vieles mehr. Ihre Fähigkeiten zu kritischem Denken und Reflektieren müssen trainiert werden.

Die Medienkompetenz der Menschen zu fördern, ist eine Aufgabe, derer sich u.a. die Gesellschaft für Medienpädagogik und Kommunikationskultur e.V. (GMK) bereits seit über vierzig Jahren angenommen hat. So führt der Dach- und Fachverband beispielsweise das Projekt #DigitalCheckNRW durch, das einen leicht zugänglichen und kostenlosen Test zur Verfügung stellt, in dem die Nutzenden ihre digitale Medienkompetenz verorten und erweitern können. Zum Thema Desinformation gibt es auf [digitalcheck.nrw](https://digitalcheck.nrw) nicht nur einen eigenen Testbereich, sondern auch Methodenhandreichungen für Weiterbildner\*innen und Multiplikator\*innen, die sich dem Thema in ihren Seminaren stellen möchten. Darüber hinaus verfügt die Projektwebsite als Kompetenz- und Wissensplattform über edukative Beiträge, z.B. im Bereich Cybersicherheit, um sich zu Themen wie Datenspuren im Netz informieren zu können und so auch die informationstechnischen Hürden zu erkennen, die möglicherweise zum Konsum von Falschnachrichten und Desinformation führen. Derartige Angebote – oder auch die vielfältigen weiteren kreativen und kritischen medienpädagogischen Projekte für Kinder und Jugendliche, die von zahlreichen Trägerorganisationen und auch freien Medienpädagog\*innen angeboten werden – sichtbar zu machen, ist zwingend notwendig, um ressourcenschonend an diese Herausforderung heranzutreten. Es gilt also zunächst, den Bekanntheitsgrad bereits vorhandener Projekte zu erhöhen, bevor neue, aufwendige und ressourcenintensive Konzepte initiiert werden. Außerdem tragen an dieser Stelle die öffentlich-rechtlichen Rundfunksender eine große Verantwortung: Sie müssen sich an aktuelle Trends anpassen und so beispielsweise ihre Inhalte auf den Plattformen verbreiten, auf denen auch die jüngeren Akteur\*innen der Gesellschaft vertreten sind (z.B. TikTok und Instagram). Ansonsten wird seriöser Journalismus zukünftig zu leicht übersehen werden, wenn sich Konsumgewohnheiten ändern und

verfestigen. Initiativen wie z.B. „Correctiv“ und Kanäle wie „Funk“ müssen erhalten und sichtbar bleiben, und generell sollte sich auch seriöser Journalismus nicht ausruhen, sondern weiter verbessert werden und z.B. vermehrt seine Quellen überprüfen oder auch offenlegen, um die eigene Glaubwürdigkeit zu erhöhen. Bei der Suche nach Lösungen zur Eindämmung von Desinformation ist aber auch Vorsicht geboten: Aktuell werden verschiedene Möglichkeiten diskutiert, um Falschnachrichten technisch einzudämmen, z.B. durch Künstliche Intelligenz, die sie als solche erkennt. Allerdings ist die Fehlerquote derzeit noch sehr hoch, und so könnten auch Nachrichten gesperrt werden, die gar keine Falschnachrichten sind. Auf diesem Weg kann eine Art Zensur entstehen. Außerdem ist Künstliche Intelligenz nicht unabhängig, denn sie arbeitet auf Basis der Daten, die von Menschen eingepflegt wurden und damit auch rassistische, trans- und homophobe, antisemitische, islamophobe, sexistische o.ä. Haltungen und Vorurteile umfassen können. Dennoch werden wir mittelfristig nicht um technische Wege zur Eindämmung umhinkommen. Diese technischen Möglichkeiten dürfen aber nicht unüberlegt oder leichtgläubig eingesetzt werden. Hier muss nicht nur an die Vernunft von Entwickler\*innen appelliert werden, sondern an die Vernunft jeder einzelnen Person in der Gesellschaft, sich tiefgehender mit qualitativ hochwertigem Journalismus zu befassen und nicht versehentlich selbst Desinformationen zu verbreiten.

**6. Wie können Behörden und Organisationen sicherstellen, dass gerade in Krisen- und Katastrophensituationen die Bevölkerung Zugang zu verlässlichen Informationen hat und welche Rolle spielen dabei soziale Medien und offizielle Kommunikationskanäle?**

und

**7. Welche Lehren können aus vergangenen Krisensituationen gezogen werden, um zukünftige Desinformationskampagnen und Fake News effektiver zu bekämpfen?**

Journalist\*innen traditioneller Medien stehen aktuell vor großen Herausforderungen, um glaubwürdig zu bleiben und sich in der Informationsflut zu behaupten. Dafür braucht es ggf. neue Aus- und Weiterbildungskonzepte. Methoden, die sich seit vielen Jahren oder Jahrzehnten bewährt haben, funktionieren heute nur noch bedingt oder gar nicht mehr. Während es früher wichtig war, die wichtigsten Inhalte schon in der Überschrift zu platzieren, muss sich der Journalismus an die Gegebenheiten sozialer Medien anpassen, in denen Clickbaiting, also reißerische, Neugierde weckende Überschriften an der Tagesordnung sind und die Rezeptionsgewohnheiten der Menschen prägen. Diese Praxis wird zunehmend von Journalist\*innen übernommen, was jedoch Zweifel an der Seriösität ihrer Schlagzeilen aufkommen lässt. Hier gilt es, einen Mittelweg zu finden, wie

Nachrichten präsentiert werden können, ohne das erlernte Handwerk des Journalismus gänzlich aufzugeben und gleichzeitig zeitgemäßen Bedarfen und Erfordernissen zu entsprechen. Am Beispiel von bewaffneten Konflikten, die inzwischen auch zu Informationskriegen geworden sind, lässt sich verdeutlichen, dass Journalist\*innen nicht jeden Trend mitmachen müssen, der eine verheißungsvolle Schlagzeile verspricht, auch um Diskurse nicht zu stark befeuern, bevor einwandfrei belegte neue Informationen vorliegen. Auch beim Umgang mit Falschnachrichten kann nachgebessert werden. So wird etwa eine Information, die im Laufe des Beitrags für falsch erklärt wird, oftmals bereits in der Überschrift aufgegriffen, um eine größere Aufmerksamkeit für das Thema zu schaffen. Doch der Effekt ist gegenteilig: Oft werden von den Konsument\*innen nur die Überschriften gelesen, und wenn darin die Falschnachricht wiederholt wird, dann setzt sich diese fest. Seriöse Journalist\*innen dürfen nicht versehentlich zu aktiven Akteur\*innen von Desinformationskampagnen werden.

#### **8. Wie können Einsatzkräfte und Entscheidungsträgerinnen und Entscheidungsträger im Umgang mit Desinformationskampagnen und Fake News während Krisen- und Katastrophenlagen geschult werden?**

Die GMK empfiehlt, an medienpädagogischen Schulungen teilzunehmen, die über wirksame Maßnahmen zur Erkennung und Abwehr von Desinformation aufklären. Je nach Region gibt es hier unterschiedliche Weiterbildungsangebote auf unterschiedlichen Niveaus. Viele Veranstaltungen werden auch online angeboten. Entsprechende Schulungen können aber auch inhouse durchgeführt werden. Bei Bedarf kann die GMK gerne angefragt werden und empfiehlt Referent\*innen.

Eine weitere Schulungsmöglichkeit bieten Onlineplattformen wie der #DigitalCheckNRW. Dort können derzeit zwölf Fragen zum Thema Desinformation beantwortet werden und es stehen umfangreiche edukative Inhalte zur Vertiefung bereit.

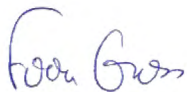
#### **9. (Wie) kann der Einsatz von Künstlicher Intelligenz in den Bereichen Lagebild-erstellung, Frühwarnsysteme und Ressourcenanpassung (Personal und Material) die Bewältigung von Gesundheitskrisen und Extremwetterereignissen (in Nordrhein-Westfalen) verbessern und Desinformationen sowie Informationslücken und Unsicherheiten im Krisen- und Notfallmanagement vorbeugen?**

Für die Beantwortung dieser Frage sind andere Fachkenntnisse notwendig als die, über die wir verfügen.

**10. Bitte nennen Sie die aus Ihrer Sicht fünf wichtigsten Punkte, die das Katastrophen- und Krisenmanagement in Nordrhein-Westfalen in Bezug auf Desinformationskampagnen und Fake News während Krisen- und Katastrophenlagen verbessern würden. Bitte nehmen Sie dabei eine Priorisierung vor.**

1. Ausreichende und nachhaltige Finanzierung von Bildungsmaßnahmen zur Förderung von Medien-, Informations- und Nachrichtenkompetenz
2. Verstärkte öffentliche Thematisierung der Desinformationsproblematik und Erarbeitung eines Maßnahmenplans durch die politischen Entscheidungsträger\*innen
3. Schaffung von Möglichkeiten für die und ggf. Verpflichtung der Mitarbeitenden von potenziell in Krisen- und Katastrophenlagen beteiligten Stellen zur Teilnahme an den o.g. Bildungsmaßnahmen
4. Integration entsprechender Schulungsinhalte in die Aus- und Weiterbildung von Journalist\*innen
5. Stärkung des Qualitätsjournalismus, sowohl in traditionellen als auch digitalen Medien

Bielefeld, 31.10.2024



Dr. Friederike von Gross  
Geschäftsführerin GMK e.V.



André Weßel  
Projektleitung #DigitalCheckNRW