

## Vom Sinn und Unsinn von (Des)Informationen

Desinformationen sind zu einer der großen **Herausforderungen unserer Zeit** geworden. Nationalstaaten, verschiedene Initiativen und sogar die Europäische Union befinden sich im Kampf gegen Desinformation und warnen vor möglichen Auswirkungen, vor allem auf demokratische Prozesse etwa durch gezielte Stimmungsmasche oder Täuschung der Öffentlichkeit.

Im digitalen Zeitalter kommt den Sozialen Medien und Netzwerken eine Schlüsselrolle zu - sowohl hinsichtlich der Verbreitung von Desinformation als auch der Bekämpfung. Für den einfachen User ist es in der alltäglichen Flut von Nachrichten und Mitteilungen meist gar nicht so einfach zu erkennen, wann es sich um wahre Informationen und wann es sich um Desinformationen handelt. Was sind Desinformationen eigentlich? Wie unterscheide ich echte von unechten Informationen? Wie kann ich Inhalte prüfen und mich selbst schützen? So häufig uns der Begriff Desinformation heutzutage auch begegnet, so groß ist die Anzahl an Fragen, die ihn begleitet. In der **diesjährigen Sensibilisierungskampagne von BEE SECURE** sollen daher möglichst alle Fragen geklärt und Hilfestellungen angeboten werden.

- 1.1 **WAS** sind Desinformationen: Definition
- 1.2 **WO** und **WIE** werden Desinformationen verbreitet? Desinformationen und Social Media - eine mächtige Verbindung
- 1.3 **WARUM** werden Desinformationen verbreitet: Verborgene Ziele
- 1.4 **WOVON** handeln Desinformationen und welche Gefahr kann von ihnen ausgehen?
2. **Checkliste: Und jetzt Sie! Woran** erkennt man Desinformationen?
3. **Zum Abschluss** die Geschichte von „Pizzagate“



## 1.1 WAS sind Desinformationen: Definition

Fake News, Falschmeldung, Falschnachricht und Hoax: viele Begriffe sind im Umlauf, die unwahre Nachrichten beschreiben sollen. Seit dem US-amerikanischen Präsidentschaftswahlkampf im Jahr 2016 verbreitete sich besonders der Begriff Fake News wie ein Lauffeuer im politischen und medialen Raum. Er bezeichnete zunächst falsche Nachrichten, die aus politischen oder finanziellen Motiven verbreitet wurden. Mittlerweile wird er aber für fast jede Form von falscher Information oder unerwünschter Meinung - und sogar als Kampfbegriff verwendet. Sinnvoller ist daher ein Begriff der weder unscharf noch politisch instrumentalisiert ist. Eine [EU-Expertengruppe](#) hat sich daher entschieden, mit dem **Begriff der „Desinformation“** zu arbeiten.

In Anlehnung an die [Definition](#) dieser Expertengruppe verstehen wir unter Desinformationen daher **„nachweislich falsche oder irreführende Informationen, die mit dem Ziel des wirtschaftlichen Gewinns oder der vorsätzlichen Täuschung der Öffentlichkeit konzipiert, vorgelegt und verbreitet werden und öffentlichen Schaden anrichten können“**. Es handelt sich also nicht um unbewusste oder irrtümliche fehlerhafte Meldungen, wie beispielsweise bei der sogenannten [„Zeitungsente“](#), sondern immer um **inkorrekte Inhalte, die aus einem bestimmten Grund bewusst produziert und aktiv verbreitet werden**.

### MEINUNG VS. TATSACHE

Wir unterscheiden zwischen Meinung und Tatsache. Meinungen sind immer persönlich und frei, dürfen und sollen sich in einer Demokratie voneinander unterscheiden und nicht kontrolliert oder manipuliert werden. Tatsachen dagegen sind immer objektiv, wahr und überprüfbar. Richtigkeit und Falschheit sind also keine Meinungs- sondern Faktenfragen. Desinformationen und Faktenchecks beziehen sich daher immer und ausschließlich auf Tatsachenbehauptungen und nie auf Meinungen. Meinungen können nicht falsch sein, lediglich die Tatsachenbehauptungen auf denen sie basieren.

## 1.2 WO und WIE werden Desinformationen verbreitet? Desinformationen und Social Media - eine mächtige Verbindung

Desinformationen sind keine neue Erscheinung, sondern alt - wie die Nachricht selbst. Neuartig ist jedoch ihre ungezügelte Verbreitung. Während eine Falschmeldung vor der digitalen Revolution nur einen kleinen Wirkungskreis entfalten konnte, verbreitet sie sich heute rasend schnell und nahezu grenzenlos. Verantwortlich sind die **sozialen Medien und Netzwerke, die eine zentrale Rolle hinsichtlich der Verbreitung und (Aus-)Wirkung von Desinformationen spielen.**

Durch die sozialen Medien und Netzwerke verbreiten sich Inhalte aber nicht nur schneller und weiter. Auch die ursprüngliche Sender-Empfänger-Struktur der klassischen Medien wird ungültig. **Jede Person kann nun Inhalte erstellen, veröffentlichen und verbreiten** - Produzent, Sender und Empfänger sein. Und **jede Person wird durch das eigene Online-Verhalten in den sozialen Medien zum potentiellen Vervielfältiger** und sorgt durch die Interaktion mit Inhalten (Liken, Kommentieren oder Teilen) für deren teilweise millionenfache Verbreitung.

### VORSICHT : Vergiss Algorithmen & Filterblasen nicht!

Bedenke: Nicht jeder sieht die gleichen Dinge online. Algorithmen sorgen dafür, dass du auf dich persönlich zugeschnittene Inhalte präsentiert bekommst. Diese personalisierten **Filterblasen (engl. Filter Bubble), oder auch Echokammern**, basieren auf deinem bisherigen Online-Verhalten und zeigen dir Inhalte, die deinen Vorlieben entsprechen. Andere Inhalte werden im Gegenzug aussortiert. Du kommst also vor allem mit Informationen in Kontakt, die deinem Weltbild entsprechen. Dies kann zu einem Verstärkungseffekt führen.

Hinzu, kommen **halbautomatisierte und automatisierte Verbreiter** wie [Social Bots](#).

Anders als bei den klassischen Massenmedien gibt es bei den sozialen Medien **keine Korrektur oder Abnahme der Inhalte vor ihrer Veröffentlichung durch Journalisten**. Die sozialen Medien unterscheiden erstmal nicht zwischen qualitativ hoch- und minderwertiger Information, zwischen Meinung oder Tatsachenbehauptung, zwischen echter Information und Desinformation. Die einzigen Filtermechanismen sind die Algorithmen und Filterblasen (s. Infokasten).

Da die sozialen Medien und Netzwerke aber gerade bei jüngeren **Menschen immer öfter als Informations- oder sogar Hauptinformationsquelle** dienen, kommt ihnen auch bei der Bekämpfung von Desinformation eine Schlüsselrolle zu. Daher haben sich die wichtigsten Online-Plattformen wie Facebook, Twitter, YouTube, Google und Co im August 2018 freiwillig dem „**Verhaltenskodex zur Bekämpfung von Desinformationen**“ verpflichtet.

### **1.3 WARUM werden Desinformationen verbreitet: Verborgene Ziele**

Die Gründe, weshalb Desinformationen erstellt und verbreitet werden, können ganz unterschiedlich sein. Der **Europarat differenziert vier verschiedene Motivationsfaktoren**: 1.) finanzielle, 2.) politische, 3.) soziale und 4.) psychologische. Die meisten Desinformationen lassen sich den ersten beiden Faktoren zuordnen. Daher sollen diese nun genauer unter die Lupe genommen werden.

- **Finanzielle Intention**

Mit Desinformationen Geld verdienen? Ja, das geht. Ziemlich gut sogar. Desinformationskampagnen haben sich zu einem **lukrativen Geschäftsmodell** entwickelt. Mittlerweile gibt es ganze „Trollfarmen“, die Menschen zum Verfassen und Teilen falscher Meldungen beschäftigen. Durch ihre Darstellungsform und den besonders Aufsehen erregenden Inhalt generieren Desinformationen viel „traffic“ (Clickbaiting) und lassen sich daher gut mit Werbung - und Werbeeinnahmen verknüpfen. Wird beispielsweise eine Webseite von sehr vielen Menschen besucht, ist sie für Werbeanzeigen attraktiver und generiert dementsprechend mehr Einnahmen. Dazu kommt, dass bei potentiell hohen Einnahmen die Ausgaben relativ gering sind, da die Verbreitung auf Sozialen Medien beispielsweise kostenfrei ist. So lassen sich teilweise **mehrere tausend Euro am Tag** verdienen. Im Jahr 2016 ist dadurch die **mazedonische Kleinstadt Veles in die Kritik** geraten.

- **Politische Intention**

Desinformationen mit politischen Inhalten sollen die Meinung der Lesenden beeinflussen und daraus resultierend Einfluss auf politische Machtverhältnisse oder Wahlen nehmen. Meist handelt es sich um rechte, populistische oder rechtspopulistische Inhalte. Im Rahmen der **#checkyourfacts** Kampagne wird das

Zentrum für politische Bildung in einem Dossier im Detail auf die Rolle der Desinformation in der Politik eingehen.

### EIN SICH SELBST VERSTÄRKENDER KREISLAUF

- Falsche Nachrichten erreichen ein **100-mal größeres Publikum** und verbreiten sich viel schneller und umfassender als wahre Nachrichten.
- Aufgrund der alltäglichen Informationsüberflutung haben wir verschiedene kognitive Strategien, die unbewusst und unkontrolliert ablaufen, um uns zwischen all den Reizen und Informationen überhaupt handlungsfähig zu machen

Dazu gehören bspw. die Folgenden:

- Je höher die Intensität der Emotionalität von Tweets und Posts, **desto höher die Anzahl** seiner Retweets und Teilungen.
- **Sechs von zehn Personen** teilen einen Artikel online, nachdem sie nur den Titel gelesen haben.
- Je öfter wir eine Information lesen, desto eher gehen wir davon aus, dass sie wahr ist (sogenannter **illusorischer Wahrheitseffekt** oder **engl. Truth Effekt**).
- Je mehr eine Information zu unserem Weltbild und unserer Meinung passt, umso eher glauben wir sie. Dadurch haben Desinformationen vor allem einen meinungsverstärkenden Effekt (siehe: **Confirmation Bias**),
- Je homogener der Kreis an Nutzern ist, die eine Nachricht teilen, umso größer ist die Wahrscheinlichkeit, dass sie immer weiter geteilt wird.
- Je größer die Reichweite der Personen oder Seiten, desto größer auch der Verstärkungseffekt der von ihnen geteilten Inhalte.

## 1.4 WOVON handeln Desinformationen und welche Gefahr kann von ihnen ausgehen?

In Zeiten von **Wahlkämpfen** haben **Desinformationen ihre besondere Hochkonjunktur**. So ist es auch bei der Wahl zum Europäischen Parlament 2019 erneut zu einem massiven Aufkommen von **Desinformationen im Netz** gekommen. In den Tagen vor der Wahl kursierten beispielweise **Fotos von nicht versiegelten Wahlurnen** und der Vorwurf von

Wahlbetrug und Manipulation im Netz. Klassische Beispiele für Desinformationen sind darüber hinaus Meldungen über Ausländerkriminalität oder den Bezug von Sozialleistungen durch Flüchtlinge, [die sich auf inkorrekte Zahlen und Zusammenhänge stützen](#).

**Wie groß die Auswirkungen von Desinformationen auf die (politische) Meinungsbildung oder gar die Wahlentscheidung genau sind, ist schwierig zu messen.** So werden unwahre Nachrichten häufig nur [von einer kleinen Gruppe wahrgenommen oder haben nur einen geringen Effekt](#). Dennoch wird ein Teil der Wahlerfolge von Donald Trump zum amerikanischen- und Jair Bolsonaro zum brasilianischen Präsidenten [auf Desinformationskampagnen zurückgeführt](#). Auch wenn die [Forschung](#) noch am Anfang steht, lässt sich also bereits festhalten: **Desinformationen können reale gesellschaftliche und politische Auswirkungen haben.** Vor allem im Kontext von Wahlen birgt dieses Potential die Gefahr, dass Falschmeldungen zur Durchsetzung politischer Ziele missbraucht werden.

## 2. Checkliste

### Und jetzt Sie: Woran erkennt man Desinformationen?

**Desinformationen können in unterschiedlichster Form und Gestalt und auf den verschiedensten Wegen daherkommen** - beispielsweise als Post, Nachricht oder als Studie. Dabei sind Desinformationen keinesfalls nur in Textform zu finden, sondern werden auch als Meme, Bild und Video dargestellt. Ihre Verbreitung erfahren sie zwar hauptsächlich über die sozialen Medien und Netzwerke wie Facebook, Twitter und WhatsApp. Sie können aber auch mündlich weiterverbreitet oder von klassischen Medien aufgegriffen werden.

**Also kann alles, was als Information daherkommt, prinzipiell auch Desinformation sein**, bis die Echtheit sichergestellt ist. Aber wie kann man echte Information von Desinformation unterscheiden? Woran erkennt man, welche Information gefälscht ist und welcher man vertrauen kann? BEE SECURE hat eine **Checkliste erstellt, anhand derer Sie Informationen prüfen können**. Diese Prüfung bedeutet zwar oft ein bisschen Arbeit, Anstrengung und Zeit - aber sie lohnt sich! Wenn Sie also unsicher sind, ob eine Information echt oder gefälscht ist, folgen Sie dieser Checkliste. Und auch wenn es Ihnen am Anfang viel vorkommt: je mehr Übung Sie bekommen, desto einfacher wird es - bis Sie die Checkliste irgendwann gar nicht mehr brauchen!

## Check your facts! Fragen, die Sie sich stellen sollten!

### 1. Wer steckt hinter der Information?

- a. **Wer hat die Information erstellt?** Besonders in den sozialen Medien und Netzwerken müssen Sie sich fragen, wer die Information als allererstes gepostet hat. Waren es z.B. professionelle Journalisten oder anerkannte Medienunternehmen wie Zeitungen, TV-Kanäle oder Webseiten, denen Sie vertrauen können - oder eine unbekannte Privatperson?  
→ Bedenken Sie: Jeder kann in den Sozialen Medien und Netzwerken Inhalte erstellen und teilen - ohne eine Gegenkorrektur der enthaltenen Informationen!
- b. **Wer hat die Information geteilt?** Ist die Person, von der Sie die Information erhalten, auch gleichzeitig die Person, die die Information erstellt hat? Oder hat sie die Information von einer anderen Person oder Seite geteilt? Hat sie die Information vorher überprüft? Je mehr wir Personen vertrauen, desto eher vertrauen wir auch den Informationen, die wir von ihnen erhalten. Aber auch bei Familie und Freunden gilt: *check your facts!*
- c. **Checken Sie die Konten!** Egal ob Webseite oder E-Mail Adresse: Überprüfen Sie, ob das Konto echt ist. Viele gefälschte Konten sehen den originalen Konten zum Verwechseln ähnlich. Sehen Sie ganz genau hin. Offizielle Profile von Journalisten, Medienunternehmen oder Prominenten sind in den sozialen Medien und Netzwerken meist mit einem blauen Häkchen neben ihrem Namen gekennzeichnet; Webseiten müssen ein Impressum mit zueinander passenden Namen, Adressen und Kontaktdaten aufweisen und E-Mailadressen lassen sich in den Suchmaschinen gegenchecken.
- d. **Welche Intention verfolgt der Autor mit der Information?** Unabhängig vom Wahrheitsgehalt einer Information ist mit einer Veröffentlichung einer solchen immer eine Intention verbunden. Gerade wenn heutzutage im Internet jeder Autor einer Information werden kann, ist es dennoch umso mehr von Bedeutung, sich immer wieder zu fragen:
  - Was ist das Ziel hinter der Veröffentlichung der Information?
  - Geht es darum, Geld zu verdienen? Wird ein Produkt beworben oder Werbung geschaltet?
  - Wird ein politisches Ziel verfolgt? Sollen Meinungen beeinflusst, Unruhe, Chaos oder Verunsicherung gestiftet werden?

## 2. Ist die Quelle vertrauenswürdig?

- **Welche Quelle steckt hinter der Information?** Werden Fakten, Daten oder Zahlen genannt? Gibt es Zitate oder werden andere Quellen wie Medien, Personen oder Studien angeführt, um die Information zu belegen? Falls Quellen genannt sind - passen diese auch wirklich zu der Information? Solche vermeintlichen Fakten lassen sich relativ einfach nachrecherchieren. Suchmaschinen wie [Google](#), [DuckDuckGo](#) oder [Startpage](#) helfen Ihnen dabei.  
  
→ Wenn Sie die Quelle nicht finden oder wenig Zeit haben, können Sie alternativ auch checken, ob Sie die Information (den Bericht/die Nachricht) noch an einer anderen Stelle finden. Haben auch andere Medien darüber berichtet? Wenn Sie die Information bei seriösen Stellen, beispielsweise Zeitungen oder Nachrichtensendern wiederfinden, ist die Wahrscheinlichkeit sehr groß, dass sie zutrifft.

## 3. Wie berichten andere davon?

- **Laterales Lesen!** Um eine differenzierte Sichtweise auf das Thema einer Information zu erhalten, sollten Sie die ursprüngliche Webseite, wo sie auf die Information gestoßen sind, verlassen und über eine Suchmaschine nach weiteren Berichterstattungen über das Thema suchen. Diese Vorgehensweise wird, [wie eine Forschungsteam der Stanford History Education Group in einer Studie festgestellt hat](#), von Faktcheckern zum Überprüfen von Informationen praktiziert.
- **Fragen Sie die Faktenchecker!** Wenn Sie noch immer unsicher sind, informieren Sie sich auf den Seiten professioneller Faktencheck-Initiativen wie [Mimikama](#), [Correctiv](#), [Hoaxmap](#), [Politifact FactCheck](#) oder [Snopes](#). Sie können und müssen nicht alles wissen - die Faktenchecker sind dazu da, Ihnen zu helfen und freuen sich über Ihr Vertrauen. Sie können sie direkt via E-Mail (z.B. bei [Correctiv](#)) oder via Meldeformular (z.B. bei [Mimikama](#)) kontaktieren.

## 4. Wie wird die Information dargestellt?

- **Bild, Meme oder Video?** Desinformationen haben oft eine starke visuelle Komponente. Sie arbeiten mit vielen Bildern und Fotos. Doch Bilder und Videos können besonders einfach aus dem Kontext gerissen werden und Informationen verzerren - oder sogar gefälscht sein! Suchen Sie das Bild/Video an anderen Stellen im Internet oder laden Sie es in ein Suchprogramm wie [Tineye](#) oder die [Google Bildersuche](#).



- **Text?** Desinformationen in Textform sind subjektiv und aus einer bestimmten Perspektive geschrieben. Sie neigen entweder zur Verharmlosung oder Übertreibung des Inhalts, verallgemeinern die dargestellte Information und liefern vermeintlich einfache Antworten auf eigentlich sehr komplizierte Fragen oder Sachverhalte.
- **Überschrift, Teaser und Text:** Lesen Sie immer die gesamte Information. Passt die Überschrift zum Text? Werden alle angepriesenen Sachverhalte aufgeklärt? Desinformationen werben häufig mit plakativen Überschriften, um Aufmerksamkeit zu generieren, können diese im Text dann aber nicht aufklären.
- **Tatsache oder Meinung?** Schauen Sie sich die Unterschiede nochmal in dem Infokasten aus Kapitel 1.1 an.
- **Emotionalisiert oder moralisiert?** Werden Ihre Gefühle angesprochen? Klingt es spannend oder reißerisch, fühlen Sie sich berührt, aufgeregt, wütend oder überrascht? Desinformationen sind oft so dargestellt, dass sie emotionale Reaktionen provozieren. Ein Beispiel ist das Einspielen angsteinflößender Musik. Sie spielen mit Ihren Gefühlen, damit Sie sie nicht hinterfragen.

## 5. Check yourself !

- Wenn Sie die Fakten gecheckt haben, überprüfen Sie sich selbst. Welche Bilder und Vorurteile haben Sie selbst im Kopf? Wie sieht Ihre „innere Landkarte“ aus, welche Meinung bringen Sie schon mit? Unsere Einstellungen und Haltungen beeinflussen unsere Wahrnehmung. Informationen, die zu unserer Einstellung passen, nehmen wir in der täglichen Informationsflut eher wahr und unkritischer auf, als Informationen, die nicht zu unserer Einstellung passen. Daher **checken Sie nicht nur die Fakten, sondern auch sich selbst!**

→ hier finden Sie nochmal eine bildliche Übersicht einiger Fragen und zwei Videos (1 et 2).

Das waren jetzt erstmal viele Fragen. Natürlich müssen Sie nicht bei jeder Information die ganze Liste abarbeiten. Sowieso: je mehr Übung Sie bekommen, desto schneller und routinierter werden Sie mit Ihren eigenen Faktenchecks und im Umgang mit potentiellen Desinformationen!

## GUTE NACHRICHTEN BRINGEN DIE **UNTERSUCHUNGS- ERGEBNISSE** DER AKTUELLEN FORSA-STUDIE:

- Das Erkennen von Desinformationen im Internet hat zugenommen.
- Über 70 Prozent der User hat schon einmal Desinformationen erkannt (im Vergleich zu 2017 bedeutet dies eine Steigerung von 13 Prozent).
- Die unter 25-Jährigen erkennen Desinformationen besonders gut: 90% von Ihnen haben schon einmal oder mehrfach Desinformationen erkannt. Das Schlusslicht bildet die Gruppe der über 60-Jährigen: Hier sind es nur 60%. Bei beiden Altersgruppen hat sich die Zahl im Vergleich zu 2017 stark erhöht.
- Die Gruppe der unter 25-jährigen User hat zum Erkennen von vermeintlichen Desinformationen überdurchschnittlich häufig die dargestellten Inhalte und Sachverhalte, die Quelle, den Autor oder das Impressum überprüft.

**Sie fragen sich, was für Ihre Sicherheit getan wird? Wie sich Luxemburg auf nationaler und die Europäische Union auf internationaler Ebene dafür einsetzen, Sie vor Desinformationen zu schützen und welche Initiativen es darüber hinaus noch gibt?**

In Luxemburg :

- Luxemburg unterstützt und initiiert verschiedene Bildungs- und Aufklärungsmaßnahmen, wie die jährlichen [Sensibilisierungskampagnen von BEE SECURE](#) oder das [Programm #sharing, caring or scaring](#) von der Agence Nationale de l'Information Jeunesse
- Luxemburg beteiligt sich an diversen Programmen der Europäischen Union wie dem [Aktionsplan gegen Desinformation \(EU Code of Practice on Disinformation\)](#) oder der [Europäischen Woche der Medienerziehung](#).
- Auch im Kontext Schule hat die [Medienerziehung- und Bildung](#) und die Vermittlung von Medienkompetenz einen wichtigen Stellenwert eingenommen.

Allgemein :

- Es gibt verschiedene Faktencheck-Initiativen: [Mimikama](#), [Correctiv](#), [Hoaxmap](#), [Politifact](#) [FactCheck](#) oder [Snopes](#).
- Soziale Medien und Netzwerke, Software- Anbieter, Plattformen und Werbetreibende haben sich 2018 freiwillig dem „[Verhaltenskodex zur Bekämpfung von Desinformationen](#)“ verpflichtet.

### 3. Zum Abschluss die Geschichte von „Pizzagate“

Desinformationen kursieren zwar im virtuellen Raum, ihre Auswirkungen können aber durchaus reale Konsequenzen haben. Beispielhaft dafür ist eine Geschichte, die unter dem Namen [Pizzagate](#) bekannt wurde. Es handelt sich um eine Desinformation, die ihren Lauf nahm und, obgleich nichts der Wahrheit entsprach, fast einen Menschen das Leben kostete.

Die Geschichte klingt abstrus: Im Keller der Pizzeria „Comet Ping Pong“ in Washington D.C. sollte ein Pädophilie-Netzwerk agieren, Kinder festgehalten und gequält werden. Ein Netzwerk, um Hillary Clinton und ihren Wahlkampfmanager. Auch Barack Obama und Lady Gaga sollten verwickelt sein. So lautete die Desinformation, die 2016 zum amerikanischen Präsidentschaftswahlkampf in den USA online verbreitet wurde. Es waren unglückliche Zufälle, eins führte zum anderen und aus einer Desinformation wurde eine millionenfach verbreitete Verleumdungsaktion.

Der Hintergrund war simpel: Als Unbekannte den gehackten E-Mail-Kontakt zwischen dem Besitzer der Pizzeria und dem Wahlkampfmanager veröffentlichten, meinten User Codewörter eines vermeintlichen Pädophilie-Netzwerks zu erkennen. Und diese Vermutung ging viral. Sie wurde weiter von Beratern und Unterstützern Donald Trumps befeuert. Bemühungen der [New York Times](#) und der [Washington Post](#), die Geschichten als Desinformation zu entlarven, halfen nicht – sie nahm weiter ihren Lauf. Bis zu dem Zeitpunkt, als ein junger Mann bewaffnet die Pizzeria stürmte und mehrfach um sich schoss. Er hatte die Absicht, die vermeintlich festgehaltenen Kinder zu befreien. Nichts an der Geschichte war wahr. Außer die Folgen ihrer Desinformation.

Diese Geschichte zeigt, wie sich eine Desinformation zuspitzen kann. Doch wir können daraus lernen. **Desinformationen können reale Folgen haben und sogar Schäden verursachen.** Sie können nicht nur Wahlergebnissen schaden, sondern auch Menschen. **Daher sollten wir immer daran denken, dass unser Online-Verhalten Konsequenzen hat.** Das müssen wir uns immer wieder bewusst machen und **dafür Verantwortung übernehmen.**

## Nächste Ausgabe:

Dossier n°2 zum Thema: **Politik und Desinformation.**

Bei Fragen rund um Sicherheit bei der Nutzung des Internets erhalten Sie bei der BEE SECURE Helpline anonyme und kostenlose Beratung:



**Editeur : SNJ**  
Annexe Forum Geesseknäppchen  
40, bld. Pierre Dupong  
L-1430 Luxembourg  
B.P. 707 · L-2017 Luxembourg  
**bee-secure.lu/contact**  
**www.snj.lu**

La reproduction non commerciale non modifiée et la distribution sont expressément autorisées à condition de citer la source.



Consultez :  
<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/deed.fr>

ISBN: XX XXXX XXXX XXXX XX



### Notice légale

**Cette publication a été réalisée par le SNJ (Service National de la Jeunesse) dans le cadre du projet BEE SECURE.**

Le projet est mis en œuvre par le Service National de la Jeunesse (SNJ), et le KannerJugendTelefon (KJT).