

# Bedrohung Fake News: Drei Antworten

## Das stille Gefühl, richtig informiert zu sein

Fake News hat es immer gegeben, sagt Peter Bandermann. Wie man ihnen begegnet? Mit Recherche.

Im Sog der vielen Fake News im Internet sind Zeitungsredaktionen, Onliner und Sender den Lügner und Verschwörungstheoretikern mit Faktenchecks gefolgt. Mal auf einen krassen Einzelfall im Vertriebsgebiet reagierend, mal bundesweit mit einem unbefristeten, durch und durch journalistischen Konzept, das den Fake News konsequent Fakten gegenüberstellt. Das ist Recherche par excellence. Denn wo belastbare Nachrichten fehlen, da mehren sich Gerüchte. Lokalredaktionen jedoch haben nicht die Ressourcen für eine eigene Anti-Fake-News-Redaktion und schon gar nicht die Vielzahl der Themen dafür. Es gibt zwar Fake News im Lokalen, aber sie liegen auch nicht gerade auf der Straße.

Bewusst in die Welt gesetzte Falschmeldungen sind nicht neu. In der Antike verkaufte das Römische Reich die Niederlage nach der Varusschlacht als triumphalen Sieg in der Ferne. Die nationalsozialistische Propaganda perfektionierte das Umdeuten der Wahrheit wie sämtliche Kriegsrhetoriker der Nachkriegszeit. Fake-News-Vorreiter waren und sind nicht nur die in Freiheit lebenden Wut- und Hassbürger, die den Artikel 5 missbrauchen. Fake-News-Produzenten sind mit großer Wirkung auch Staatsoberhäupter, die mit 140 Zeichen ihre tägliche Propaganda twittern und auf der öffentlichen Werteskala den Regler



**Peter Bandermann**  
ist Redakteur der  
Ruhr Nachrichten.

die Bewohner einer Flüchtlingsunterkunft, die angeblich einen ganzen Streichelzoo verspeist haben sollen, eingefangen werden sollen, sondern mit konsequent ausgeübter Profession als Strategie, um Glaubwürdigkeit langfristig in Vertriebszahlen messen zu können. Im Lokalen haben wir keine andere Chance, als so zu arbeiten. Langjährige Leserinnen und Leser springen uns zwar aus Protest von der Schippe – so, wie sie bei Wahlen auch Politiker abstrafen. Aber im täglichen Kontakt zu „dem“ Leser verfestigt sich der Eindruck, dass wir Lokalredakteure doch mit einem hohen Vertrauensvorschuss arbeiten dürfen, dass dieser aber, irritiert von Lügenpresse-Sprechchören, nicht mehr zu uns vordringt. Allerdings: Der 35,90-Euro-

ins Extreme verschieben. Bei Fake News geht es meist ums Große und Ganze, um die Deutungshoheit – und damit eher selten um ausschließlich lokal relevante Themen.

Wie darauf reagieren? Mit guter Recherche nicht nur in den Einzelfällen, in denen

Internetberichte über die Bewohner einer Flüchtlingsunterkunft, die angeblich einen ganzen Streichelzoo verspeist haben sollen, eingefangen werden sollen, sondern mit konsequent ausgeübter Profession als Strategie, um Glaubwürdigkeit langfristig in Vertriebszahlen messen zu können. Im Lokalen haben wir keine andere Chance, als so zu arbeiten. Langjährige Leserinnen und Leser springen uns zwar aus Protest von der Schippe – so, wie sie bei Wahlen auch Politiker abstrafen. Aber im täglichen Kontakt zu „dem“ Leser verfestigt sich der Eindruck, dass wir Lokalredakteure doch mit einem hohen Vertrauensvorschuss arbeiten dürfen, dass dieser aber, irritiert von Lügenpresse-Sprechchören, nicht mehr zu uns vordringt. Allerdings: Der 35,90-Euro-

Abo-Kunde sagt sich nach der Zeitungslektüre oder dem Schließen des E-Papers nicht: So, da habe ich wieder so richtig Vertrauen zu meiner Lokalredaktion gehabt. Er will mit dem Abo dieses stille Gefühl besitzen, unabhängig und umfassend informiert zu sein. Über einen langen Zeitraum funktioniert dieser Gefühlsaufbau nur mit journalistischer Sorgfaltspflicht und intensiver Recherche. Je besser das läuft, umso weniger Arbeit im Kundenbeziehungsmanagement. Toaster oder Kärcher erzielen nur kurzfristige Klebeeffekte und verbrannten über Jahre das Geld, das auch den Redaktionen fehlte. Konzentrieren wir uns auf das, was wir können, auf das, warum wir diesen Beruf ergriffen haben: auf Recherche. Auf der Suche nach der Wahrheit kann es absurd sein, Falschmeldungen hinterherzulaufen. Weil wir deren Verfassern mit unserer Druckauflage eine Reichweite verschaffen, von der sie in ihrer Filterblase nicht zu träumen wagen. Und dafür bezahlen die nicht mal.

TEXT: PETER BANDERMANN

**E-Mail** peter.bandermann@  
ruhrnachrichten.de

# Lokalredakteure = Faktenchecker

In Zeiten von Social Media haben Lokaljournalisten mit vielen neuen Quellen zu tun. Das kann auch eine Chance sein, sagt Katharina Ritzer. So stoße man auf Geschichten jenseits des Redaktionsradars.

Hat der Kommunalpolitiker diesen Satz im Stadtrat wirklich genau so gesagt? In der Berichterstattung der Lokalzeitung stand davon nichts, aber in einer regionalen Facebook-Gruppe wird das (angebliche) Zitat heiß und sehr kontrovers diskutiert. Und schon wird auch in der Redaktion der Lokalzeitung diskutiert: Wie gehen wir damit um?

Ganz ehrlich: Solche Fälle hat es ja auch schon in vornetzigen Zeiten gegeben, nur hießen da die Quellen anders – Stammtisch zum Beispiel oder Gerücht auf dem Wochenmarkt oder Klatsch nach der Kirche. Damals wie heute gibt es journalistisch nur eine Antwort darauf: Recherche.

Mit den Mitteln der Sozialen Medien kann heute jeder sein eigener Redakteur sein und sich, fast noch gefährlicher, jeder seine eigene Infoblase aussuchen. Gefährlich deshalb, weil es noch nie so einfach war wie



**Katharina Ritzer** ist Leiterin des Newsdesk bei der Neuen Osnabrücker Zeitung.

Alle Kollegen eben nicht mehr nur mit ihren tradierten und altbekannten Infoquellen wie Rathäusern, Parteien, Polizei oder Vereinen und Verbänden zu tun, sondern mit einer Fülle an lokalen Quellen.

im Netz, alle anderen Quellen auszublenden. In der Zeitung sprang dem Leser auch noch die unbequeme Wahrheit ins Auge. Für die Lokalredaktion ändert sich also in Wirklichkeit nicht viel bei ihrem Job: sauber recherchieren, die Nachricht klar und verständlich aufschreiben und sie professionell einordnen.

Auch hier hilft nur Recherche. Und die kann gleichzeitig eine spannende Chance sein, auch Geschichten mitzubekommen, die sonst unter dem Redaktionsradar geblieben wären. Das erfordert aber in jedem Fall eine starke und professionelle Lokalredaktion, denn rund um das Rathaus gibt es keine anderen seriösen Faktenchecker als eben die Lokalredaktion.

Also braucht es in jeder Lokalredaktion helle Köpfe, und zwar möglichst viele. Wer als Verlag am Lokalen spart, der kann auch die Uhr anhalten, um Zeit zu sparen.

TEXT: KATHARINA RITZER

**E-Mail** k.ritzer@noz.de

# In der Redaktion zu bequem gemacht

Brauchen wir mehr Faktenchecks? Hat man es sich zu einfach gemacht? Wie kommt man im Lokalen Verschwörungstheorien und Irrationalismus bei? Antworten von Uwe Renners.

Das Problem liegt nicht in den Lokalredaktionen, das Problem heißt Facebook. Der Multikonzern entfernt Postings mit blanken Brüsten, ein Aufruf zum Massenmord hingegen hat gute Chancen, seine Verbreitung zu finden. Da helfen auch alle Beteuerungen nichts, dass Facebook noch mehr Kontrollen einführt. Lokale Medien sollten sich dieses Desaster zunutze machen.

Bei der *Rheinpfalz* haben wir eine klare Regel: Auf unseren Facebook-Seiten gelten unsere Regeln. Nutzer, die sich nicht daran halten, fliegen raus. Wenn es sehr drastisch ist, auch ohne Vorwarnung. Wer zu uns kommt, der erwartet eine sachliche Diskussion. Die muss nicht weichgespült sein, aber einfach zu schreiben „Hau ab“ oder „Volksverräterin“ trägt nicht dazu bei, diese Diskussion vernünftig zu führen. Lokale Medienhäuser, die ihren Nutzern die Möglichkeit zur Verfügung stellen, ordentlich zu diskutieren, haben eine Chance, sich von privaten Facebook-Gruppen und -Seiten abzugrenzen. Viele



**Uwe Renners** ist stellvertretender Chefredakteur Digitales der Rheinpfalz.

aber dazu geführt, dass sich die Diskussion um politische Inhalte drehte und nicht darum, wer am lautesten schreit.

Zum Thema Faktenchecks bedarf es nur wenige Worte: Recherche ist Kernaufgabe eines Journalisten. Heute und immer schon gewesen. Wir brauchen nicht mehr Faktenchecks, wir benötigen gute Recherche, den

Nutzer sind dankbar, dass wir eingreifen. Bei den Bundestagswahlen war Angela Merkel zu Gast in Ludwigshafen. Die Facebook-Live-Übertragung hat mehr als 100.000 Menschen erreicht, es gab etwa 2.000 Kommentare, von denen wir mehrere Hundert direkt gelöscht haben. Zwei Onliner waren damit beschäftigt. Letztendlich hat es

Kontakt zu den Lesern, und wir müssen sie ernst nehmen. Mit ihren Sorgen und Ansichten.

Ehrlicherweise ist dies in den vergangenen Jahren teilweise zu kurz gekommen, zu viele haben es sich auf den Redaktionsstühlen bequem gemacht und sich von den Lesern entfernt. Dies haben die meisten Häuser aber mittlerweile erkannt und steuern dagegen. Nicht jede Verschwörungstheorie muss von uns aufgegriffen werden. Solche Theorien gab es schon immer, ich denke da nur an den Mord an Kennedy. Eine Demokratie hält so etwas aus. Die Basis dafür legt nicht der Journalismus, sondern Schule und Elternhaus. Was Häschen nicht lernt, lernt Hans nimmermehr.

TEXT: UWE RENNERS

**E-Mail** uwe.renners@rheinpfalz.de