



Pawelec, Maria/Sievi, Luzia

Zum Umgang mit Falschinformationen in den sozialen Medien. Ethische und demokratietheoretische Reflexionen möglicher Gegenmaßnahmen von Sicherheitsbehörden

SIAK-Journal – Zeitschrift für Polizeiwissenschaft und polizeiliche Praxis (2/2025), 13-28.

doi: 10.7396/2025_2_B

Um auf diesen Artikel als Quelle zu verweisen, verwenden Sie bitte folgende Angaben:

Pawelec, Maria/Sievi, Luzia (2025). Zum Umgang mit Falschinformationen in den sozialen Medien. Ethische und demokratietheoretische Reflexionen möglicher Gegenmaßnahmen von Sicherheitsbehörden, SIAK-Journal – Zeitschrift für Polizeiwissenschaft und polizeiliche Praxis (2), 13-28, Online: https://dx.doi.org/10.7396/2025_2_B.

© Bundesministerium für Inneres – Sicherheitsakademie / Verlag Österreich, 2025

Hinweis: Die gedruckte Ausgabe des Artikels ist in der Print-Version des SIAK-Journals im Verlag Österreich (<https://www.verlagoesterreich.at/>) erschienen.

Online publiziert: 7/2025

Zum Umgang mit Falschinformationen in den sozialen Medien

Ethische und demokratietheoretische Reflexionen möglicher Gegenmaßnahmen von Sicherheitsbehörden

Falschinformationen in den sozialen Medien sind eine wachsende Herausforderung für Behörden und Organisationen mit Sicherheitsaufgaben (BOS). Um die Sicherheit sowie einen funktionierenden demokratischen Meinungs- und Willensbildungsprozess zu erhalten, müssen BOS mitunter gegen sie vorgehen. Gleichzeitig dürfen sie nicht unverhältnismäßig in die Meinungsfreiheit und weitere Rechte eingreifen. Wie sollten BOS also agieren und auftretende Wertkonflikte abwägen? Diese Fragen untersucht der vorliegende Beitrag. Er zeigt grundlegende Überlegungen für einen ethisch reflektierten Umgang mit Falschinformationen auf. Anschließend diskutiert er aus ethischer und demokratietheoretischer Sicht drei Gruppen von Gegenmaßnahmen: nutzerzentrierte Maßnahmen insbesondere zur Erhöhung der Medienkompetenz, präventive und reaktive Kommunikation der BOS sowie deren Vertrauens- und Communitymanagement. Im Ergebnis könnten BOS sich stärker in der Medienkompetenzbildung von Erwachsenen engagieren, wenn sie dabei möglichst ausgewogen bleiben und auch vermitteln, warum bestimmte Quellen besonders vertrauenswürdig sind. Die in der Literatur aktuell diskutierten Maßnahmen der „psychologischen Inokulation“ sowie des „Nudgings“ sollten BOS nur besonnen einsetzen. Wenn BOS zu Falschinformationen kommunizieren, können sie sich fünf Fragen stellen. Diese betreffen die Zielgruppen der Kommunikation, die Abwägungen zwischen Schnelligkeit und Genauigkeit und zwischen Transparenz und entgegenstehenden Verpflichtungen, die Notwendigkeit formeller Widerspruchsmöglichkeiten gegen Richtigstellungen und die besondere Verantwortung bei Kritik an der eigenen Institution. Das Vertrauens- und Communitymanagement der BOS darf Followerinnen und Follower niemals als bloßes Mittel zum Zweck behandeln. Diese ethischen und demokratietheoretischen Reflexionen unterstützen BOS dabei, im Einklang mit demokratischen Werten wirksame Maßnahmen gegen Falschinformationen in den sozialen Medien zu ergreifen.

1. EINFÜHRUNG

Falschinformationen in den sozialen Medien können Behörden und Organisationen mit Sicherheitsaufgaben (BOS) vor gewaltige Herausforderungen stellen. Dazu gehören sowohl unabsichtliche Falschinformationen, also Misinformation (darunter

Gerüchte und Spekulationen), als auch bewusst gestreute, politisch oder ökonomisch motivierte Desinformation (zur Unterscheidung der Begriffe vgl. Möller et al. 2020).

Der Amoklauf eines 18-Jährigen im Münchner Olympia-Einkaufszentrum



MARIA PAWELEC,
wissenschaftliche Mitarbeiterin,
Internationales Zentrum für Ethik
in den Wissenschaften (IZEW),
Eberhard Karls Universität
Tübingen.



LUZIA SIEVI,
wissenschaftliche Mitarbeiterin,
Internationales Zentrum für Ethik
in den Wissenschaften (IZEW),
Eberhard Karls Universität
Tübingen.

(OEZ) im Juli 2016 gilt diesbezüglich als Weckruf für deutsche BOS: Er zeigte drastisch auf, welche Bedeutung die sozialen Medien in Krisen und Katastrophenfällen haben, wie gefährlich Falschinformationen sein können und wie wichtig ein gelungenes Social-Media-Management vonseiten der Behörden ist. Bereits kurz nach dem ersten Notruf an die Polizei kursierten die ersten Tweets zum Geschehen; in der Nacht wurden mehr als 200.000 Tweets zum Thema gepostet (vgl. Möser 2020, 212). Augenzeuginnen und Augenzeugen streamten live aus dem OEZ; ein Fernsehsender verbreitete ein Bild einer Schießerei in Südafrika und behauptete fälschlicherweise, dieses stamme aus München. Es entstanden zahlreiche Gerüchte, darunter die Mutmaßung, es gebe mehr als einen Täter und es seien an anderen Orten in München Schüsse gefallen. Infolgedessen flohen Menschen von sicheren Orten und verletzten sich dabei (vgl. Fathi et al. 2019, 223). Durch eine proaktive Informationspolitik auf Twitter konnte die Münchner Polizei die Gerüchte jedoch eindämmen (vgl. Möser 2020, 212f).

Wie gefährlich Falschinformationen sein können, verdeutlicht auch das Hochwasser in Deutschland im Juli 2021, bei dem mehr als 180 Menschen starben. Das in den sozialen Medien kursierende Gerücht, die Steinbachtalsperre in Nordrhein-Westfalen sei gebrochen oder drohe, dies zu tun, führte dazu, dass Menschen nachts aus ihren Häusern flohen. Die Feuerwehr in Flerzheim im westlichen Rhein-Sieg-Kreis fuhr durch bedrohte Orte und verkündete per Lautsprecher, dass es keine Evakuierungen gebe und der Damm halte. Die Feuerwehr Euskirchen veröffentlichte auf Facebook ein Bild der intakten Talsperre mit dem (wahren) Text: „Aufgrund der Falschmeldung, der Damm der #Steinbachtalsperre wäre gebrochen, hat ein Hubschrauber der #Bundespolizei

den Damm überflogen und keine Risse festgestellt!“ Am nächsten Tag folgte eine offizielle Entwarnung (vgl. Rüdell 2021). Das Technische Hilfswerk und andere beteiligte Organisationen mussten während des Hochwassers zudem die Falschinformation auf Facebook richtigstellen, dass die Einsatzkräfte von ihrer Arbeit abgehalten würden (vgl. Jonas 2021), was Fotos „beweisen“ könnten, die zeigten, wie sich Einsatzkräfte am Nürburgring sammelten. In den sozialen Medien wurde zudem bewusst die Desinformation gestreut, im Ahr-tal seien 600 Kinderleichen aufgetaucht. Diese basierte auf einem kurzen Ausschnitt eines TV-Berichts, in dem ein Reporter jedoch nur von einzelnen Leichenfunden gesprochen hatte. Der Clip wurde extrem gekürzt geteilt und schnell mit Verschwörungserzählungen der QAnon-Bewegung verbunden. Demnach unternehme eine Elite geheime, tödliche Experimente an Kindern, deren Leichen nun durch das Hochwasser zutage befördert worden seien. Diese Desinformation wurde auch international geteilt, ohne dass dafür je Beweise geliefert wurden. Das Polizeipräsidium Koblenz stellte klar, dass es zu keinem solchen Fund gekommen war (vgl. RedaktionsNetzwerk Deutschland 2021).

Weitere Beispiele für sicherheitsrelevante Falschinformationen in den letzten Jahren betreffen u.a. den Anschlag in Hanau 2020, angebliche Krawalle in der Silvesternacht 2022 und die Covid-19-Pandemie (vgl. Schewina et al. 2024, 16).

In Krisen und Katastrophen können solche Falschinformationen die Arbeit der Einsatzkräfte behindern, wichtige Ressourcen binden, die eigentlich für die konkrete Lagebewältigung benötigt werden, und im schlimmsten Fall zu einer direkten Gefährdung von Einzelpersonen oder Gruppen führen (vgl. Pawelec/Sievi 2023). Desinformierende Akteurinnen und Akteure verfolgen zudem häufig das Ziel,

die demokratische Gesellschaft zu polarisieren, ihre Fähigkeit zu untergraben, faktenbasierte politische Diskussionen zu führen und entsprechende Entscheidungen zu treffen, und die Stabilität und Legitimität demokratischer Prozesse und Institutionen – darunter BOS selbst – in Frage zu stellen. Dazu gehören sowohl Desinformation in der Lage als auch diffamierende Inhalte über BOS selbst (vgl. Pawelec/Sievi 2023).

BOS müssen also zu einem gewissen Grad gegen Falschinformationen in den sozialen Medien vorgehen, um die Sicherheit zu erhalten (oder wiederherzustellen), um ihre eigene Legitimität und ihren Ruf zu bewahren sowie um den demokratischen Diskurs vor einer gefährlichen Verzerrung, insbesondere durch strategisch verbreitete Desinformation, zu schützen (vgl. Sievi/Pawelec 2025, 2). Dabei stehen sie jedoch vor einem Dilemma: Auf der einen Seite müssen sie die Sicherheit und einen funktionierenden demokratischen Meinungs- und Willensbildungsprozess sicherstellen. Auf der anderen Seite dürfen sie nicht unverhältnismäßig in diese Prozesse eingreifen und dabei insbesondere das Recht der Bürgerinnen und Bürger auf freie Meinungsäußerung einschränken. Denn Maßnahmen der BOS gegen Falschinformationen in den sozialen Medien können wiederum selbst den freien und ungehinderten Meinungs Austausch und die demokratische Willensbildung und Entscheidungsfindung beeinträchtigen – insbesondere, wenn sie von staatlichen BOS ergriffen werden (vgl. Sievi/Pawelec 2025). Hier besteht „immer die Gefahr, dass der Staat seine Macht und seine Ressourcen zur Unterdrückung unpopulärer Meinungen“ beziehungsweise zur Zensur nutzen und unverhältnismäßig in den Meinungsbildungsprozess eingreifen könnte (vgl. Stieglitz et al. 2025). Die Wirkung von Maßnahmen durch BOS ist potenziell

besonders groß, da sie in Krisen und Einsätzen häufig über einen entscheidenden Wissensvorsprung gegenüber anderen Instanzen sowie über eine besondere Autorität verfügen. Etwaige Interventionen vonseiten der BOS entfalten daher tendenziell eine größere Wirkung als beispielsweise die Posts von Einzelpersonen. Dies kann bei der Falschinformationsbekämpfung ein Vorteil sein, bedeutet jedoch auch, dass BOS vorsichtig vorgehen müssen, um nicht unverhältnismäßig in die freie Meinungsäußerung einzugreifen. Hier spielt auch die Außenwahrnehmung der BOS eine große Rolle. Kommuniziert beispielsweise die Polizei, so „werden also regelmäßig nicht nur Ereignisse und Handlungen als gefährlich oder verboten thematisiert, sondern eben auch etwaige Handelnde als potenziell Rechtsbrechende“ (Wegner et al. 2020, 66).

Beim Umgang mit Falschinformationen bestehen somit unauflösbare Wertkonflikte, u.a. zwischen Sicherheit und Meinungsfreiheit, Schutz und Autonomie, Privatsphäre und Transparenz (vgl. Sievi/Pawelec 2025). Es kommt stets auf den Einzelfall an, ob und wie BOS auf bestimmte Falschinformationen in den sozialen Medien reagieren sollten. Vor diesem Hintergrund untersucht das Forschungsprojekt PREVENT¹ u.a. aus ethischer Sicht, wie BOS mit Falschinformationen in den sozialen Medien umgehen sollen. Zentrale Fragen sind hierbei: (Wie) Sollten BOS gegen Falschinformationen in den sozialen Medien vorgehen? Welche Werte sind dabei betroffen und wie sollten BOS auftretende Wertkonflikte ethisch abwägen?

Diese Fragen sind leitend für den vorliegenden Beitrag, der die ethisch-demokratiethoretischen Erkenntnisse aus dem Projekt PREVENT vorstellt und einer polizeilichen sowie breiteren sicherheitsbehördlichen Praxis zugänglich machen soll. Der Beitrag knüpft dabei an eine vorherige Vorstellung des Projekts PREVENT in der

vorliegenden Zeitschrift an (vgl. Schewina et al. 2024) und vertieft die darin angerissenen ethischen und demokratietheoretischen Reflexionen.

Das folgende Kapitel diskutiert zunächst mehrere Fragen, die BOS sich in jedem Einzelfall konkret stellen sollten, um einen ethisch möglichst reflektierten Umgang mit Falschinformationen in den sozialen Medien zu finden. Anschließend werden die verschiedenen Maßnahmen vorgestellt, die BOS gegen Falschinformationen in den sozialen Medien nutzen können. Die darauffolgenden Kapitel greifen exemplarisch drei Gruppen von Maßnahmen heraus, die häufig besonders unkritisch diskutiert werden oder in der Debatte um den Umgang mit Falschinformationen zentral sind: nutzerzentrierte Maßnahmen insbesondere zur Erhöhung der Medienkompetenz der Bevölkerung, präventive und reaktive Kommunikation vonseiten der BOS sowie deren Vertrauens- und Communitymanagement. Diese Maßnahmen reflektiert der vorliegende Beitrag ethisch und demokratietheoretisch.²

2. GRUNDSÄTZLICHE FRAGEN FÜR EINEN ETHISCH REFLEKTIERTEN UMGANG MIT FALSCHINFORMATIONEN

Wenn BOS gegen Falschinformationen in den sozialen Medien vorgehen, müssen sie sich in Deutschland aus rechtlicher Sicht an das Neutralitätsgebot halten und sind zu politischer Mäßigung verpflichtet (vgl. Wegner et al. 2020, 45). Die im Projekt PREVENT interviewten sowie an Workshops teilnehmenden BOS³ (vgl. Sievi/Pawelec 2025) bestätigen ebenfalls, dass Neutralität ein wichtiger Wert für sie ist. Nichtsdestotrotz können BOS-Mitarbeitende bei der Bewertung von und der Reaktion auf Falschinformationen niemals völlig neutral agieren. Sie werden stets durch persönliche und organisationsin-

terne Werte, Kulturen und Vorprägungen beeinflusst.

Eine erste Frage, die BOS sich in Bezug auf Falschinformationen in den sozialen Medien stellen sollten, ist daher, wer entscheidet, ob etwas „wahr“ ist. Diese Entscheidung ist nicht immer einfach, da faktische Aussagen häufig mit Meinungen vermischt werden, insbesondere bei politisch oder emotional aufgeladenen Themen. Auch falsche Äußerungen können Meinungselemente enthalten (vgl. Workshop in Köln, März 2023). Akteurinnen und Akteure, die gezielt Desinformation streuen, reißen zudem häufig Fakten, die an sich nicht falsch sind, aus dem Kontext, berichten lückenhaft oder säen Zweifel (vgl. Workshop in Potsdam, Juni 2023). BOS können solche Aussagen dann kaum eindeutig als falsch kennzeichnen. Die Unterscheidung zwischen falschen und richtigen Aussagen ist daher anspruchsvoll und politisch aufgeladen. BOS müssen sich fragen, ob ihre Mitarbeitenden hinreichend geschult sind, um Falschinformationen von legitimen Meinungsäußerungen in einer pluralistischen Gesellschaft zu unterscheiden. Zudem: Reflektieren sie kritisch, wie ihre eigenen möglichen Vorurteile, politischen Meinungen oder die Kultur ihrer Institutionen ihre Entscheidungen beeinflussen können und ob sie dabei beispielsweise bestimmte Bevölkerungsgruppen diskriminieren?

Im nächsten Schritt müssen BOS entscheiden, ob sie auf eine bestimmte Falschinformation reagieren oder nicht. Aus ethischer Sicht ist hierbei zentral, inwiefern die Falschinformation eine Bedrohung der Sicherheit Einzelner, der Demokratie, staatlicher Institutionen oder der BOS selbst darstellt. Eine mögliche Reaktion muss diesbezüglich verhältnismäßig sein, d.h. können die jeweiligen Sicherheitsbedenken die Einschränkungen anderer Werte und Rechte, wie der

Meinungsfreiheit, rechtfertigen? Geht von einer Falschinformation nur eine geringe Sicherheitsbedrohung aus, kann es für BOS angemessen sein, nicht zu reagieren: Eine funktionierende deliberative Demokratie sollte in der Lage sein, einigen falschen oder irreführenden Aussagen zu widerstehen (vgl. Mansbridge 1999). Zudem kann eine Reaktion durch BOS einer falschen Information auch unfreiwillig mehr Reichweite verschaffen. Zu bedenken ist hierbei, dass die Veröffentlichung von Gegeninformationen die ursprüngliche Falschinformation in den Köpfen der Lesenden verstärken kann, indem sie ihnen vertrauter wird (vgl. Ecker et al. 2017).

Wenn eine Reaktion vonseiten der BOS überhaupt angemessen ist, müssen sie sich für eine oder mehrere Gegenmaßnahmen entscheiden. Diese müssen ebenfalls verhältnismäßig im Hinblick auf die Bedrohung durch die Falschinformation sein. Es gilt: Je größer die potenzielle Sicherheitsbedrohung durch eine Falschinformation, desto eher können eingriffsintensive Maßnahmen gerechtfertigt werden. Gegenmaßnahmen müssen jedoch auch mit den Zielen der BOS übereinstimmen, wobei BOS sowohl unintendierte Nebenfolgen (wie eine größere Reichweite für die ursprüngliche Falschinformation) als auch Wertkonflikte bei der Umsetzung der Maßnahmen berücksichtigen müssen.

Im Folgenden geben wir zunächst einen Überblick über die Maßnahmen, die BOS potenziell gegen Falschinformationen in den sozialen Medien ergreifen können. Daraufhin bewerten wir drei zentrale Gruppen von Maßnahmen aus ethischer und demokratietheoretischer Sicht, um BOS dabei zu unterstützen, angemessen auf Falschinformationen in den sozialen Medien zu reagieren.

3. MÖGLICHE MASSNAHMEN VON BOS GEGEN FALSCHINFORMATIONEN

Obgleich Falschinformationen in den sozialen Medien immer bedeutsamer für den demokratischen Diskurs werden und zunehmend ins öffentliche Bewusstsein rücken, gibt es nur wenig Forschung, die konkrete Gegenmaßnahmen ethisch oder demokratietheoretisch reflektiert. Noch größere Forschungslücken bestehen in Hinblick auf BOS als Akteure, die bei der Bekämpfung von Falschinformationen eine wichtige Rolle spielen könnten (vgl. zum Stand der Forschung Sievi/Pawelec 2025). In PREVENT sammelten und systematisierten wir daher zunächst auf der Grundlage einer Literaturanalyse und unserer empirischen Forschung einen umfangreichen Katalog an Gegenmaßnahmen, die BOS gegen Falschinformationen in den sozialen Medien bereits ergreifen oder ergreifen könnten (siehe Abbildung 1, Seite 18).

Die erste Gruppe von Maßnahmen konzentriert sich auf die Nutzenden sozialer Medien. Nutzerzentrische Maßnahmen sollen Nutzende resilienter gegenüber Falschinformationen machen. Nutzende sollen diese besser erkennen können, ihnen weniger glauben und sie weniger teilen, so dass die Verbreitung von und der potenzielle Schaden durch Falschinformationen eingedämmt werden. BOS können zweitens aber auch bei ihrer eigenen Vorbereitung („Preparedness“) ansetzen und beispielsweise ihr Social-Media-Monitoring sowie interne Prozesse und Abläufe anpassen und überdies Mitarbeitende zum Thema schulen. Eine besonders zentrale Gruppe von Maßnahmen ist darüber hinaus drittens jene der aktiven und reaktiven (Krisen-)Kommunikation, darunter das sogenannte „Debunking“, also die Richtigstellung von Falschinformationen, aber auch das Communitymanagement,

also der Aufbau einer wohlgesonnenen Gruppe an Followerinnen und Followern. Viertens können BOS mit verschiedenen Organisationen kooperieren, um gegen Falschinformationen vorzugehen. Besonders eingriffsintensiv sind fünftens Maßnahmen, die der Eskalation zugeordnet werden können, also die Meldung von Inhalten an Plattformbetreiber oder die Strafverfolgungsbehörden sowie das Löschen und Blockieren von Inhalten und Nutzenden auf den eigenen Kanälen (eine kurze ethische und rechtliche Einordnung eskalierender Maßnahmen findet sich in Schewina et al. 2024, 21). Einige dieser Maßnahmen können BOS zudem (teil-) automatisieren, sie also mit Unterstützung durch KI-Systeme umsetzen.

4. ETHISCHE UND DEMOKRATIE-THEORETISCHE REFLEXION

Die Steigerung der Medienkompetenz der Bevölkerung wird in der Literatur häufig als mögliches Gegenmittel gegen Falschinformationen genannt und meist unkritisch diskutiert – ebenso wie der Aufbau von Vertrauen und einer großen Follower-schaft in den sozialen Medien (vgl. Sievi/Pawelec 2025). Kommunikationsmaßnah-

men der BOS, entweder als direkte Reaktion auf oder zur Vorbeugung von Falschinformationen, stehen daneben im Zentrum sowohl der wissenschaftlichen Aufmerksamkeit als auch des praktischen Interesses. Die folgenden Kapitel beleuchten daher diese drei Gruppen von Maßnahmen gegen Falschinformationen aus ethischer und demokratietheoretischer Perspektive, um BOS für auftretende Wertkonflikte zu sensibilisieren und sie bei der praktischen Entscheidung für oder gegen diese Maßnahmen beziehungsweise bei deren Umsetzung zu unterstützen. Eine ausführlichere Analyse dieser Maßnahmen sowie des Social-Media-Monitorings von BOS findet sich in Sievi/Pawelec 2025.

4.1 Medienkompetenzförderung, „psychologische Inokulation“ und „Nudging“

Medienkompetenz gilt als entscheidend für die Bekämpfung von Desinformation (vgl. Vese 2022). Die Verantwortung für deren Vermittlung wird jedoch meist bei Schulen, Medien und Institutionen der politischen Bildung gesehen (vgl. McDougall 2019). BOS werden in der Literatur nicht als Akteure genannt, die Medienkompetenzschulungen für eine breitere Bevölkerung

Quelle: Schewina et al. 2024 (eig. Darstellung)

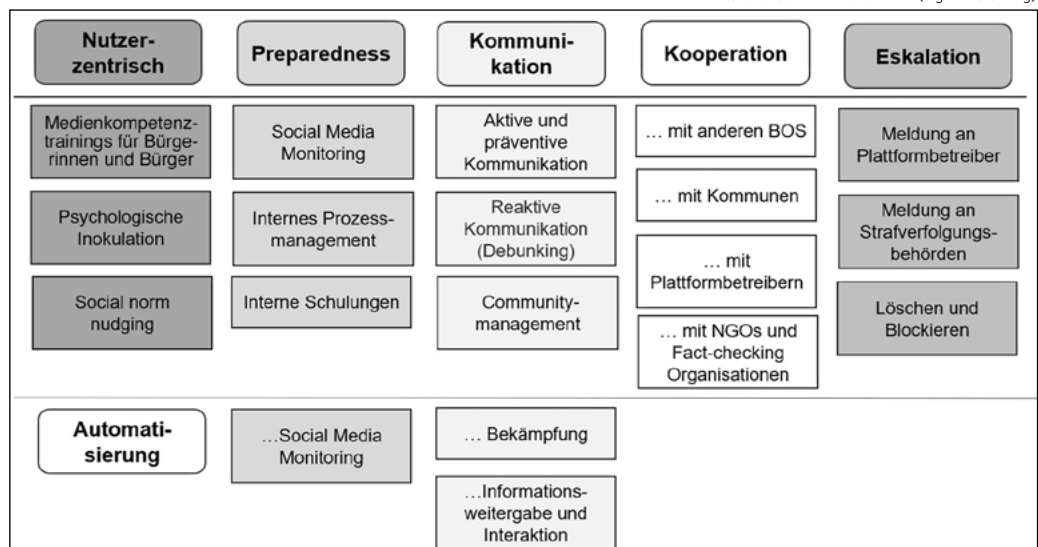


Abb. 1: (Mögliche) Maßnahmen von BOS gegen Falschinformationen in den sozialen Medien

anbieten können oder sollten. Auch die von uns interviewten BOS sowie die Workshop-Teilnehmenden ergriffen selbst kaum Medienkompetenzmaßnahmen. Nur eine Hilfsorganisation schulte auch ihre Freiwilligen in einer halbstündigen Einheit zum Thema Falschinformationen. Darüber hinaus nannten BOS das Projekt „Zivile Helden“ der polizeilichen Kriminalprävention in Deutschland, das Zivilcourage beim Umgang mit Hassrede online stärken soll. Interaktive Präventionsvideos informieren und sensibilisieren die Bevölkerung zu Themen wie Verschwörungsideologien und Radikalisierung. Falschinformationen waren jedoch nicht Gegenstand der Kampagne. Eine entsprechende Ausweitung der Kampagne oder ähnliche Formate von anderen BOS wären jedoch denkbar.

Solche Aktivitäten entsprächen grundsätzlich demokratischen Werten und würden die demokratische Deliberation fördern, denn es ist im Sinne pluralistischer Demokratien, wenn ihre Bürgerinnen und Bürger kritisch denken und sich informiert in politische Entscheidungsfindungsprozesse einbringen können (vgl. Warren 2017). Eine verbesserte Medienkompetenz erhöht zudem die öffentliche Sicherheit, wenn sie dazu führt, dass Falschinformationen eingedämmt werden und ihnen weniger Glauben geschenkt wird.

BOS könnten daher verstärkt Medienkompetenzprogramme und -kampagnen aufsetzen. Dabei dürfen sie sich in Deutschland jedoch nicht an Kinder und Jugendliche wenden, da hier das Elternrecht und die Schulaufsicht Vorrang haben. Darüber hinaus haben BOS aus ethischer und demokratietheoretischer Sicht eine besondere Verantwortung, die Meinungsvielfalt, das Gebot der Neutralität und der Nicht-Diskriminierung zu achten. Insbesondere dürfen von ihnen angebotene Trainings staatliche Quellen nicht generell

(oder ausschließlich) als vertrauenswürdig sowie andere Quellen als nicht vertrauenswürdig darstellen. Dies ist besonders bedeutsam, wenn staatliche Behörden und nicht etwa Nichtregierungsorganisationen oder Bildungsinstitutionen Medienkompetenztrainings anbieten. Darüber hinaus sollten Medienkompetenzmaßnahmen die Teilnehmenden nicht nur lehren, Quellen und Inhalte kritisch zu hinterfragen, denn dies kann die Skepsis und den Vertrauensverlust der Bevölkerung in mediale Inhalte und Fakten weiter verstärken (vgl. Jarvis 2017). Stattdessen sollten BOS auch betonen, welche Merkmale und Arbeitsweisen bestimmte Quellen vertrauenswürdiger machen als andere.

Wenn BOS ihre Medienkompetenzmaßnahmen so ausgestalten, sind sie aus ethischer und demokratietheoretischer Sicht zu begrüßen. Häufig scheitern solche Maßnahmen jedoch an begrenzten zeitlichen und finanziellen Ressourcen (vgl. Pawelec/Sievi 2023). Darüber hinaus sollten keine überhöhten Erwartungen an solche Trainings gestellt werden: Medienkompetenzbildung kann tiefe politische Gräben und ein grundlegendes Misstrauen Einzelner in staatliche Institutionen nicht überwinden (vgl. boyd 2018).

Unsere Literaturanalyse zeigte zudem auf, dass „psychologische Inokulation“, also eine Art „Impfung“ gegen Falschinformationen, zunehmend als Maßnahme diskutiert wird, welche die Resilienz der Bevölkerung gegenüber Falschinformationen erhöhen soll (vgl. z.B. Eccles/Dingler 2021; Roozenbeek et al. 2022). Menschen werden dabei mit einer „geringen Dosis“ Falschinformationen konfrontiert und kurz darauf darüber aufgeklärt. Dadurch sollen sie gewissermaßen „immun“ gegen Desinformation werden.

Ogleich die Wissenschaft die Wirksamkeit dieser Maßnahme aktuell diskutiert, schienen sich BOS dessen in unserer

empirischen Arbeit nicht bewusst zu sein. Aus ethischer und demokratietheoretischer Sicht sollten BOS tatsächlich mehrere Punkte beachten, wenn sie diese innovative Maßnahme umsetzen wollen: Wenn BOS erstens zunächst glaubwürdige falsche Informationen gewissermaßen „als Impfung verabreichen“, ist dies rechtlich und ethisch unzulässig, da Bürgerinnen und Bürger diese Informationen für wahr halten könnten und nicht sichergestellt werden kann, dass alle die darauffolgende Aufklärung erhalten beziehungsweise verstehen. BOS würden dann gegen ihre Pflicht zur Neutralität verstoßen und selbst ungewollt Falschinformationen verbreiten. Das ist besonders gefährlich, da Falschinformationen häufig lange nachwirken, „selbst nach sorgfältiger und wiederholter Gegeninformation“ (Krekó 2020, 246, eigene Übersetzung). BOS würden dabei auch ihren Ruf als vertrauenswürdige Organisationen gefährden. Zweitens besteht die Gefahr, dass Bürgerinnen und Bürger eine solche Maßnahme vonseiten der BOS als invasiv und paternalistisch wahrnehmen könnten, denn kaum jemand wird gerne damit konfrontiert, dass er oder sie gerade einen Fehler gemacht hat (vgl. Jiang et al. 2022). BOS sollten diese Maßnahme daher nur bei Nutzenden anwenden, die vorher über die nahende Maßnahme aufgeklärt wurden. Dabei sollten sie unpolitische, fiktive Beispiele nutzen, um politisch neutral zu bleiben und nicht ungewollt selbst Falschinformationen zu verbreiten.

Die Literatur schlägt zudem „Nudging“ vor, also das subtile Lenken von Menschen hin zu bestimmten Verhaltensweisen, um Falschinformationen zu begegnen (vgl. Andi/Akesson 2021; Pennycook/Rand 2022). BOS könnten insbesondere „social norm nudges“ durchführen, also auf bestehende oder erwünschte soziale Normen verweisen (vgl. Gimpel et al. 2021). Dies

soll dazu führen, dass Menschen sich an diese Erwartungen und Normen anpassen. So könnten BOS etwa betonen, dass ein bestimmter Anteil der Nutzenden sozialer Medien Beiträge prüft, bevor er sie weiterleitet, oder Nutzende direkt dazu anhalten, dies zu tun.

Einige Workshop-Teilnehmende empfanden solche „Nudges“ als einen Verstoß gegen das Neutralitätsgebot. Auch in der Literatur ist die Maßnahme umstritten; mitunter wird sie als elitär und manipulativ angesehen (vgl. Mols et al. 2015; Hartwig et al. 2024). Aus ethischer und demokratietheoretischer Sicht scheint es unproblematisch, wenn BOS aktiv für die Einhaltung der Menschenrechte und zentraler Werte pluralistischer Demokratien werben. Anders verhält es sich, wenn BOS einen bestimmten Lebensstil durch „Nudging“ fördern. Dies würde ihre Pflicht zur Neutralität sowie die Autonomie der Bürgerinnen und Bürger missachten. Darüber hinaus müssen BOS stets beachten, dass „Nudging“ auch „nach hinten losgehen“ kann, wenn Menschen sich nicht mit der Gruppe identifizieren, auf die verwiesen wird, oder wenn sie beispielsweise Statistiken so interpretieren, dass ein großer Teil der Menschen ein sozial unerwünschtes Verhalten an den Tag legt (vgl. Mols et al. 2015; Bicchieri/Dimant 2022).

4.2 Präventive und reaktive Kommunikation

Zentral für den Umgang von BOS mit Falschinformationen in den sozialen Medien sind aktive und reaktive Kommunikationsmaßnahmen. Dazu gehören sowohl die schnelle Veröffentlichung relevanter Informationen in Krisen und Einsatzlagen, um Gerüchte und Spekulationen gar nicht erst aufkommen zu lassen, als auch die direkte Richtigstellung, also das „Debunking“, bereits kursierender Falschinformationen. Um eine ethisch re-

flektierte Krisenkommunikation zu betreiben, sollten sich BOS dabei erneut mehrere Fragen stellen (für eine rechtliche Einschätzung möglicher Kommunikationsmaßnahmen aus deutscher Sicht vgl. Schewina et al. 2024).

Die erste Frage lautet: Wen erreichen BOS über ihre Informationskanäle, und wen nicht? BOS müssen ihre knappen Ressourcen in der Öffentlichkeitsarbeit (finanziell, personell sowie im Sinne der Aufmerksamkeit) gerecht und diskriminierungsfrei verteilen, denn nicht alle Bürgerinnen und Bürger nutzen Informationskanäle der BOS oder überhaupt soziale Medien sowie das Internet. In Krisen und Katastrophen kann es entscheidend für die eigene Sicherheit sein, Zugang zu offiziellen und zuverlässigen Informationen zu haben. Umgekehrt kann es von großem Nachteil sein, von diesen Informationen ausgeschlossen oder ansonsten diskriminiert zu werden, etwa, weil Falschinformationen in den von bestimmten Gruppen bevorzugten Medien nicht korrigiert werden. Gerade in Krisenzeiten werden Ungerechtigkeiten oft verschärft; gefährdete Gruppen können sich schlechter schützen und leiden stärker (vgl. Sellnow/Seeger 2013, 231). BOS müssen daher politisch und sozial marginalisierte Gruppen wie Menschen mit Behinderung, mit Migrationshintergrund oder ältere Menschen gegebenenfalls gesondert ansprechen. Dazu sollten sie mehrere Kommunikationskanäle bedienen. Dies „erhöht nicht nur die Reichweite von Informationen, sondern kann auch Barrieren für Nicht-Muttersprachlerinnen und -sprachler, Analphabetinnen und Analphabeten oder Menschen mit Hör- bzw. Sehbeeinträchtigungen mindern“ (Gabel/Krüger 2020, 7). BOS sollten zudem mit potenziell marginalisierten Zielgruppen in den Austausch treten und ihre Strategien bedarfsorientiert anpassen, um inklusiver und effektiver zu

kommunizieren (vgl. Veil et al. 2011, 111). Angesichts knapper Ressourcen in der Öffentlichkeitsarbeit müssen BOS jedoch auch abwägen, wieviel sie investieren können, um marginalisierte Gruppen zu erreichen, ohne ihre generellen Informations- und Schutzpflichten zu vernachlässigen.

In diesem Zusammenhang sollten BOS aus ethischer Sicht auch die Legitimität ihrer Präsenz auf bestimmten Plattformen generell hinterfragen, denn diese Präsenz generiert Inhalte und Interaktionen und bindet damit Bürgerinnen und Bürger an bestimmte Plattformen, die daraus einen monetären Nutzen ziehen. Um dies zu vermeiden, löschte die deutsche Antidiskriminierungsstelle im Oktober 2023 ihre Präsenz auf X (ehemals Twitter), da diese zu einer zentralen Plattform für Mysogynie, Antisemitismus, Rassismus und Desinformation geworden und damit kein angemessenes Umfeld für eine öffentliche Behörde mehr war (vgl. Antidiskriminierungsstelle 11.10.2023).

Die zweite Frage, die BOS sich stellen sollten, um ethisch reflektiert Kommunikationsmaßnahmen gegen Falschinformationen zu ergreifen, ist, ob sie so schnell oder so genau wie möglich kommunizieren sollten. Beides ist zentral für eine zuverlässige Kommunikation, kann jedoch oft nicht gleichzeitig erreicht werden. Bürgerinnen und Bürger in Krisen und Einsatzlagen schnell zu informieren, reduziert Unsicherheiten und Ängste und fördert informierte Entscheidungen und die Resilienz der Bevölkerung (vgl. Germani et al. 2024, 1; Veil et al. 2011, 111). Gerüchte und Spekulationen werden mitunter im Keim erstickt. Dementsprechend legten viele von uns befragte BOS sowie Workshop-Teilnehmende großen Wert auf eine schnelle Kommunikation. Gleichzeitig müssen BOS neutral, genau und wahrhaftig kommunizieren, um ihren gesetzlichen Auftrag zu erfüllen, um als glaubwürdige

und zuverlässige Quellen zu gelten, um die Sicherheit langfristig zu erhöhen und damit die Autonomie der Bürgerinnen und Bürger zu fördern. Unsere Interviews und Workshops zeigen jedoch, dass BOS in unsicheren Lagen häufig selbst zunächst nicht über alle relevanten Informationen verfügen, um potenzielle Falschinformationen zuverlässig korrigieren zu können. Unterläuft ihnen dann ein Fehler, besteht die Gefahr, dass sie selbst zu einer einflussreichen Quelle von Misinformation werden. Wie sollten BOS also mit der Spannung zwischen einer schnellen und zuverlässigen Kommunikation umgehen? Wenn die Gefahren einer langsamen Kommunikation so groß werden, dass die Notwendigkeit, wahrhaftig und genau zu informieren, sie nicht mehr rechtfertigen kann, empfehlen Gabel und Krüger (vgl. Gabel/Krüger 2020), dass BOS auch unsichere Informationen kommunizieren, deren Unsicherheit aber transparent machen (vgl. auch Lovari/Bowen 2019, 3). Dies erhöht die Autonomie der Bürgerinnen und Bürger und verhindert, dass sie zu anderen Quellen abwandern, die schnellere Antworten versprechen (vgl. Veil et al. 2011, 119). Mögliche Warnungen der BOS sollten zudem immer „befähigend wirken“, also „Informationen über angemessene Reaktionen enthalten“ (Gabel/Krüger 2020, 65).

Drittens befindet sich die Krisenkommunikation von BOS häufig in einem Spannungsfeld zwischen Offenheit und Transparenz, um dem Informationsbedarf der Bevölkerung zu entsprechen, auf der einen Seite, und der Notwendigkeit, bestimmte Informationen geheim zu halten, auf der anderen Seite. Vor allem Polizeibehörden können mitunter entscheidende Informationen nicht veröffentlichen, die kursierende Falschinformationen richtigstellen könnten, da sie dabei die Arbeit der Ermittlerinnen und Ermittler oder der Staatsanwältinnen und Staatsanwälte be-

hindern würden. Auch der Datenschutz, die Privatsphäre und die Persönlichkeitsrechte Beteiligter können ein Zurückhalten von Informationen bedingen. So müssen BOS bei Todesfällen immer zunächst die Angehörigen informieren und die Persönlichkeitsrechte der Menschen achten. Das Zurückhalten von Informationen kann jedoch dazu führen, dass gefährliche Falschinformationen weiter kursieren, und es kann das Vertrauen in BOS untergraben (vgl. Sellnow/Seeger 2013, 227). In einem demokratischen Staat ist zudem die Transparenz staatlicher Aktivitäten ein wichtiger Wert, damit Bürgerinnen und Bürger informiert handeln und staatliche Behörden gegebenenfalls für Fehlverhalten zur Verantwortung gezogen werden können. Wie sollten BOS mit diesen widerstreitenden Werten umgehen? Zuvorderst müssen sie sich immer an die geltenden rechtlichen Rahmenbedingungen halten, etwa in Bezug auf den Datenschutz. In einem zweiten Schritt sollten BOS legitime Gründe für die Zurückhaltung bestimmter Informationen gegen den potenziellen Mehrwert einer Veröffentlichung dieser Informationen abwägen. Dieser Mehrwert kann für die Bürgerinnen und Bürger in einer gesteigerten Autonomie und Sicherheit liegen; für die BOS selbst kann die Veröffentlichung von Informationen ihre Legitimität und das Vertrauen in sie stärken.

Viertens ist es aus ethischer Sicht wichtig, dass Betroffene formell dagegen Widerspruch einlegen können, wenn ihre Beiträge durch BOS als falsch gekennzeichnet wurden. Eine solche Kennzeichnung kann nämlich gravierende Auswirkungen auf das Wohlergehen und die Sicherheit von Individuen haben – unabhängig davon, ob das „Debunking“ sachlich richtig ist oder nicht. Der Fall der österreichischen Ärztin Lisa-Maria Kellermayr, die sich für Impfungen gegen Covid-19 eingesetzt hatte, verdeutlicht dies: Die Polizei in

Oberösterreich bezeichnete einen Beitrag der Ärztin, in dem sie erklärte, dass Impfgegnerinnen und Impfgegner den Haupteingang und Rettungseingang des Roten Kreuzes zu einem Krankenhaus blockiert hätten, per Tweet als falsch, weil es noch einen zweiten Zugang zum Krankenhaus gab. Daraufhin geriet die Ärztin ins Visier der Impfgegnerinnen und Impfgegner, die sie mit einer Verleumdungskampagne und Todesdrohungen überzogen und sie damit in den Selbstmord trieben (vgl. Milborn/Punz 2022). Dies zeigt auf, dass Richtigstellungen von BOS gravierende Konsequenzen für Einzelne haben können. BOS tragen somit bei ihren Richtigstellungen eine große Verantwortung dafür, dass ihre Maßnahmen nachvollziehbar sowie maßvoll sind und dass sie angefochten werden können. Dazu gehört es auch, transparent eigene Fehler und Falschmeldungen zu kommunizieren (vgl. Pawelec/Sievi 2023).

Eine besondere Verantwortung kommt BOS fünftens in Bezug auf Kritik an der eigenen Organisation oder sogenannte „Shitstorms“ (vgl. ebd.) zu, die sie für falsch halten. Solche Kritik kann die Legitimität von BOS und das öffentliche Vertrauen in sie untergraben. In Demokratien ist es jedoch entscheidend, dass Bürgerinnen und Bürger zutreffende Kritik an staatlichen Institutionen äußern können, um deren demokratische Kontrolle zu gewährleisten. Selbst Kritik, die falsche Informationen enthält, kann zudem eine Meinungsäußerung darstellen. BOS müssen Kritik also bis zu einem gewissen Grad aushalten, sie im Zweifel genau prüfen und mögliche Gegenmaßnahmen besonders kritisch reflektieren, um nicht vorschnell und unverhältnismäßig zu handeln.

4.3 Vertrauens- und Communitymanagement

Unsere empirische Forschung zeigt, dass deutsche BOS das Vertrauens- und

Communitymanagement als bedeutsame Maßnahme im Kampf gegen Falschinformationen sehen – also den Aufbau einer möglichst großen und loyalen Followerenschaft in den sozialen Medien. BOS teilen dazu informative, aber auch emotionale oder humorvolle Beiträge; manche berichten sogar von der Durchführung von Gewinnspielen. Aus ethischer Sicht ist das zentrale Ziel dieser Maßnahme, das Vertrauen und Wohlwollen der Bürgerinnen und Bürger in und gegenüber BOS zu steigern. In Krisen und Einsatzlagen informieren sich Bürgerinnen und Bürger dann eher auf den Kanälen der BOS und die Reichweite offizieller Informationen wird erhöht, was zu mehr Sicherheit führen kann (vgl. Veil et al. 2011, 111). Community-Mitglieder beteiligen sich zudem teils aktiv an Diskussionen auf den Kanälen der BOS und korrigieren dabei selbst etwaig auftretende Falschinformationen.

Vertrauens- und Communitymanagement beruht auf Kommunikationsmaßnahmen der BOS, sodass die oben genannten Fragen für eine ethisch reflektierte Kommunikation auch hier greifen. Darüber hinaus ist es in Bezug auf die Gewinnung neuer Followerinnen und Follower umstritten, wie formell oder informell BOS kommunizieren sollten. Unbedenklich im Sinne der Erfüllung ihres gesetzlichen Auftrags ist es, wenn BOS Informationen veröffentlichen, die sich auf ihre Aufgaben beziehen und die Autonomie der Bürgerinnen und Bürger stärken. Unsere Interviewten betonten jedoch, dass sie auch Humor sowie persönliche und emotionale Beiträge nutzen, um nahbar zu wirken, damit Bürgerinnen und Bürger sich in Krisensituationen eher an sie wenden (vgl. auch Walsh/O'Connor 2019, 5f). Solche Stilmittel sind zwar förderlich für die Aufmerksamkeit, können beispielsweise für Polizeibehörden aber heikel sein (vgl. Wagner/Görgen 2018, 63; Wegner et al.

2020, 43). Es besteht die Gefahr, dass Inhalte als sensationell oder sogar lächerlich wahrgenommen werden und die Würde der Behörde untergraben. Das Streben nach Likes und einer möglichst großen Followerschaft darf daher kein Selbstzweck sein, sondern muss Werten wie der Erhöhung der Sicherheit dienen.

In Bezug auf den Umgang mit den eigenen Followerinnen und Followern betonen unsere Befragten, dass sie „auf Augenhöhe“ kommunizieren und diese respektvoll behandeln. Aus demokratietheoretischer Sicht ist dies entscheidend: BOS müssen Bürgerinnen und Bürger als frei, gleichberechtigt und verantwortungsbewusst wahrnehmen und behandeln und ihre Fragen und Beiträge anerkennen und wertschätzen. Wenn Followerinnen und Follower BOS bei der Bekämpfung von Falschinformationen unterstützen, indem sie selbst Diskussionen in den Kanälen der BOS moderieren und Inhalte richtigstellen, sollten BOS stets beachten, dass dieses Engagement Kosten verursacht: Es kostet Zeit, setzt die Postenden gegebenenfalls öffentlicher Kritik aus und kann sie psychisch belasten. BOS dürfen ihre Followerinnen und Follower somit niemals als bloßes Mittel zum Zweck betrachten, da dies der unersetzbaren Würde des Menschen entgegenstehen würde (Kantische Ethik, vgl. Kant 2004).

5. CONCLUSIO

Falschinformationen in den sozialen Medien stellen BOS vor große Herausforderungen, da sie die Sicherheit Einzelner und von Gruppen, die Legitimität und das Vertrauen der Öffentlichkeit in BOS selbst sowie den funktionierenden demokratischen Diskurs bedrohen. Gleichzeitig dürfen BOS jedoch nicht unverhältnismäßig in die öffentliche Meinungs- und Willensbildung eingreifen. Wie sollten sie vor diesem Hintergrund mit der wachsenden Flut

an Mis- und Desinformation in den sozialen Medien umgehen?

Der vorliegende Beitrag zeigte zunächst grundlegende ethische Fragen auf, denen BOS sich stellen müssen, bevor sie auf eine Falschinformation in den sozialen Medien reagieren. Diese Fragen implizieren auch mögliche konkrete Maßnahmen. Zentral ist hier u.a. die kritische Schulung und andauernde Selbstreflexion der Mitarbeitenden bei der Bewertung möglicher Falschinformationen sowie die Beachtung unintendierter Nebenfolgen einer möglichen Reaktion auf dieselben.

Daraufhin systematisierte der Beitrag verschiedene Maßnahmen, die BOS gegen Falschinformationen ergreifen können. Dazu gehören nutzerzentrierte Maßnahmen, die Steigerung der eigenen Kompetenz und die Vorbereitung auf Falschinformationen, eine aktive und reaktive Kommunikation, das Vertrauens- und Communitymanagement, die Kooperation mit weiteren Organisationen, eskalierende Schritte sowie eine (Teil-)Automatisierung einzelner Maßnahmen.

Nutzerzentrierte Maßnahmen und insbesondere die Steigerung der Medienkompetenz der Bevölkerung werden in der Literatur besonders häufig und unkritisch als Maßnahme zur Bekämpfung von Falschinformationen diskutiert – bisher jedoch nicht im Kontext von BOS. Hier steht eher deren (Krisen-)Kommunikation im Zentrum. Darüber hinaus zeigen unsere empirischen Untersuchungen, dass deutsche BOS den Nutzen eines aktiven Vertrauens- und Communitymanagements betonen. Der vorliegende Beitrag reflektierte daher diese drei Gruppen von Gegenmaßnahmen aus ethischer und demokratietheoretischer Sicht.

Er befand, dass BOS sich stärker im Bereich der Medienkompetenzbildung von Erwachsenen engagieren könnten, wenn sie dabei möglichst ausgewogen bleiben

und neben kritischen Kompetenzen auch vermitteln, warum Bürgerinnen und Bürger bestimmten Quellen mehr vertrauen sollten als anderen. Die in der Literatur aktuell diskutierten Maßnahmen der „psychologischen Inokulation“, also gewissermaßen einer „Impfung“ gegen Falschinformationen, sowie des „Nudgings“, also des subtilen Steuerns hin zu bestimmten Verhaltensweisen, sollten BOS aus ethischer und demokratietheoretischer Sicht nur besonnen einsetzen. Sie sollten nur Bürgerinnen und Bürger im Sinne einer Impfung mit Falschinformationen konfrontieren, die vorab über die Maßnahme aufgeklärt wurden, und dabei fiktive, unpolitische Beispiele nutzen. In Bezug auf ein mögliches „Nudging“ können BOS die Werte einer pluralistischen Demokratie uneingeschränkt vertreten, sollten aber nicht für bestimmte Lebensstile werben.

Der Beitrag gab BOS darüber hinaus fünf Fragen an die Hand, die sie sich stellen können, um ethisch reflektiert Kommunikationsmaßnahmen gegen Falschinformationen zu ergreifen. Diese Fragen betreffen 1) die Zielgruppen dieser Kommunikation (Gerechtigkeit und Nicht-Diskriminierung), 2) die Abwägungen zwischen Schnelligkeit und Genauigkeit sowie 3) zwischen Transparenz und entgegenstehenden Verpflichtungen in der Kommunikation, 4) die Notwendigkeit formeller Widerspruchsmöglichkeiten ge-

gen Richtigstellungen und 5) die besondere Verantwortung von BOS in Bezug auf Kritik an der eigenen Institution.

In Bezug auf das Vertrauens- und Communitymanagement der BOS reflektierte der Beitrag darüber hinaus die Frage nach dem richtigen Stil und den Inhalten einer Kommunikation, die auf die Gewinnung einer wohlgesonnenen Followerschaft ausgerichtet ist, sowie den Umgang mit dieser. Er befand, dass das Streben nach Likes für BOS kein Selbstzweck sein darf und dass BOS ihre Followerinnen und Follower als gleichberechtigte und mündige Bürgerinnen und Bürger behandeln sollten, und, im Sinne einer Kantischen Ethik, niemals als bloße Mittel zum Zweck (etwa, damit diese Diskussionen auf den eigenen Kanälen moderieren und Falschinformationen richtigstellen).

Der Beitrag trägt dazu bei, eklatante Forschungslücken in Bezug auf die mögliche Rolle von BOS bei der Bekämpfung von Falschinformationen in den sozialen Medien sowie in Bezug auf konkrete Gegenmaßnahmen zu füllen (vgl. Sievi/Pawelec 2025). Er soll BOS jedoch auch in der Praxis dabei unterstützen, ethisch reflektierte Entscheidungen zu treffen, wenn sie mit sicherheitsrelevanten Falschinformationen in den sozialen Medien konfrontiert werden, und Gegenmaßnahmen zu wählen, die im Einklang mit demokratischen Werten stehen.

¹ PREVENT (Laufzeit 2022–2025) wurde vom Bundesministerium für Bildung und Forschung (BMBF; heute Bundesministerium für Forschung, Technologie und Raumfahrt, BMFTR) der Bundesrepublik Deutschland gefördert (Förderkennzeichen 16KIS1491K). Das Forschungskonsortium bestand aus dem Internationalen Zentrum für Ethik in den Wissenschaften (IZEW) der Eberhard Karls Universität Tübingen, dem Lehrstuhl für Wirtschaftsinformatik und Digitale Transformation der Universität Potsdam, dem Lehrstuhl für Wirtschaftsinformatik, ins. KI-Engineering in Unternehmen der Universität Bamberg, dem Lehrstuhl für Strafrecht, Strafprozessrecht, Rechtsphilosophie und Rechtsvergleichung der Universität zu Köln und der Virtimo AG.

² Eine weiterführende ethische Bewertung dieser Maßnahmen sowie des Social Media Monitorings von BOS erfolgt in Sievi/Pawelec 2025.

³ Im Projekt PREVENT wurden zwischen April 2022 und März 2023 elf semi-strukturierte qualitative Interviews mit Mitarbeitenden insbesondere in den Social-Media-Abteilungen verschiedener deutscher BOS geführt. Dazu gehörten u.a. Polizeibehörden auf Kommunal-, Landes- sowie Bundesebene, Feuerwehren, das Technische Hilfswerk sowie das Bundesamt für Bevölkerungsschutz und Katastrophenhilfe. Inhalt der Interviews waren die Erfahrungen und Herausforderungen deutscher BOS mit Falschinformationen in den sozialen Medien, ihr Umgang damit, auftretende Wertkonflikte sowie mögliche zukünftige Gegenmaßnahmen. Weitere deutsche BOS nahmen an sechs Projektworkshops teil, die zwischen November 2022 und Juli 2024 stattfanden. Dabei wurden u.a. mögliche Gegenmaßnahmen sowie ethische Überlegungen der BOS diskutiert. Eine Übersicht der Interviews und Workshops findet sich in Sievi/Pawelec 2025.

Quellenangaben

Andi, Simge/Akesson, Jesper (2021). Nudging Away False News: Evidence from a Social Norms Experiment, *Digital Journalism*, 9 (1), 106–125, Online: <https://doi.org/10.1080/21670811.2020.1847674> (04.06.2025).

Antidiskriminierungsstelle (2023). Antidiskriminierungsstelle des Bundes verlässt Online-Plattform „X“ (11.10.2023), Online: https://www.antidiskriminierungsstelle.de/SharedDocs/aktuelles/DE/2023/20231011_ADS_verlaesst_X.html (21.01.2025).

Bicchieri, Cristina/Dimant, Eugen (2022). Nudging with care: the risks and benefits of social information, *Public Choice*, 191 (3–4), 443–464, Online: <https://doi.org/10.1007/s11127-019-00684-6> (04.06.2025).

boyd, danah (2018). You Think You Want Media Literacy... Do You?, *Data & Society*, Online: <https://www.zephorio.org/thoughts/archives/2018/03/09/you-think-you-want-media-literacy-do-you.html> (05.02.2024).

Eccles, David A./Dingler, Tilman (2021). Three prophylactic interventions to counter fake news on social media, *HI '21 Extended Abstracts in the Proceedings of the Workshop on Technologies to Support Critical Thinking in an Age of Misinformation (CTAM21)*, Online: <https://arxiv.org/ftp/arxiv/papers/2105/2105.08929.pdf> (21.01.2025).

Ecker, Ullrich K.H. et al. (2017). Reminders and Repetition of Misinformation: Helping or Hindering Its Retraction?, *Journal of Applied Research in Memory and Cognition*, 6 (2), 185–192, Online: <https://doi.org/10.1037/h0101809> (04.06.2025).

Fathi, Ramian et al. (2019). Desinformationen und Fake-News in der Lage: Virtual Operations Support Team (VOST) und Digital Volunteers im Einsatz, in: Lange, Hans-Jürgen/Wendekamm, Michaela (Hg.), *Postfaktische Sicherheitspolitik. Gewährleistung von Sicherheit in unübersichtlichen Zeiten (Studien zur inneren Sicherheit, Band 23)*, Wiesbaden, 211–235, Online: https://doi.org/10.1007/978-3-658-27281-4_11 (04.06.2025).

Gabel, Friedrich/Krüger, Marco (2020). Leitfaden für eine ethisch reflektierte Krisenkommunikation: eine Analyse wertbezogener Spannungsfelder in der Krisenkommunikation, *Internationales Zentrum für Ethik in den Wissenschaften (IZEW), Universität Tübingen, Materialien zur Ethik in den Wissenschaften*, Online:

- <https://uni-tuebingen.de/de/81680> (20.02.2024).
- Germani, Federico et al. (2024). *Ethical Considerations in Infodemic Management: Systematic Scoping Review*, *JMIR infodemiology* (4), e56307, Online: <https://doi.org/10.2196/56307> (04.06.2025).
- Gimpel, Henner et al. (2021). *The Effectiveness of Social Norms in Fighting Fake News on Social Media*, *Journal of Management Information Systems*, 38 (1), 196–221, Online: <https://doi.org/10.1080/07421222.2021.1870389> (04.06.2025).
- Hartwig, Katrin et al. (2024). *The Landscape of User-centered Misinformation Interventions – A Systematic Literature Review*, *ACM Comput. Surv.*, 56 (11), 1–36, Online: <https://doi.org/10.1145/3674724> (04.06.2025).
- Jarvis, Jeff (2017). *Our problem isn't 'fake news'. Our problems are trust and manipulation*, *Medium*, 12.06.2017, Online: <https://medium.com/whither-news/our-problem-isnt-fake-news-our-problems-are-trust-and-manipulation-5bfbcd716440> (26.02.2024).
- Jiang, Li Crystal et al. (2022). *Inoculation works and health advocacy backfires: Building resistance to COVID-19 vaccine misinformation in a low political trust context*, *Frontiers in psychology* (13), 976091, Online: <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.976091> (04.06.2025).
- Jonas, Uschi (2021). *Hochwasser: Nein, Rettungskräfte werden nicht am Nürburgring „festgehalten“ und am Helfen gehindert*, *Correctiv*, 26.07.2021, Online: <https://correctiv.org/faktencheck/2021/07/26/hochwasser-nein-rettungskraefte-werden-nicht-am-nuerburgring-festgehalten-und-am-helfen-gehindert/> (28.07.2023).
- Kant, Immanuel (Hg.) (2004). *Grundlegung zur Metaphysik der Sitten*, *Sammlung Philosophie* (3), Göttingen.
- Krekó, Peter (2020). *Countering Conspiracy Theories and Misinformation*, in: Butter, Michael/Knight, Peter (Hg.), *Routledge Handbook of Conspiracy Theories*, Abingdon, Oxon, New York, 242–256, Online: https://www.researchgate.net/profile/Peter-Kreko/publication/355789288_Countering_Conspiracy_Theories_and_Misinformation/links/617e43d00be8c17a950f6ca/Countering-Conspiracy-Theories-and-Misinformation.pdf (02.02.2024).
- Lovari, Alessandro/Bowen, Shannon A. (2019). *Social media in disaster communication: A case study of strategies, barriers, and ethical implications*, *Journal of Public Affairs*, 20 (1), Online: <https://doi.org/10.1002/pa.1967> (04.06.2025).
- Mansbridge, Jane (1999). *Everday talk in the deliberative system*, in: Macedo, Stephen (Ed.), *Deliberative politics: Essays on democracy and disagreement*, *Practical and Professional Ethics Series*, New York, 1–211.
- McDougall, Julian (2019). *Media Literacy versus Fake News: Critical Thinking, Resilience and Civic Engagement*, *Media Studies*, 10 (19), 29–45, Online: <https://hrcak.srce.hr/ojs/index.php/medijske-studije/article/view/8786>.
- Milborn, Corinna/Punz, Magdalena (2022). *Dr. Lisa-Maria Kellermayr: Eine Würdigung*, *Puls24*, 30.07.2022, Online: https://www.puls24.at/meinung/dr-lisa-maria-kellermayr-eine-wuerdigung/271669?utm_source=pocket-newtab-global-de-DE (27.02.2024).
- Möller, Judith et al. (2020). *Typen von Desinformation und Misinformation. Verschiedene Formen von Desinformation und ihre Verbreitung aus kommunikationswissenschaftlicher und rechtswissenschaftlicher Perspektive*, *Ein Gutachten im Auftrag der Gremienvorsitzendenkonferenz, die medienanstalten – ALM GbR*, Online: <https://www.lfk.de/fileadmin/PDFs/Publikationen/Studien/Typen-von-Desinformation-und-Misinformation/typen-von-desinformation-und-misinformation.pdf> (10.01.2025).
- Mols, Frank et al. (2015). *Why a nudge is not enough: A social identity critique of governance by stealth*, *European Journal of Political Research*, 54 (1), 81–98, Online: <https://doi.org/10.1111/1475-6765.12073> (04.06.2025).
- Möser, Andreas (2020). *Kommunale Kommunikation in digitalen Zeiten*, in: Kocks, Klaus et al. (Hg.), *Öffentliche Verwaltung – Verwaltung in der Öffentlichkeit*, Wiesbaden, 201–221, Online: https://doi.org/10.1007/978-3-658-28008-6_10 (04.06.2025).
- Pawelec, Maria/Sievi, Luzia (2023). *Falsch-*

- formationen in den sozialen Medien als Herausforderung für deutsche Sicherheitsbehörden und –organisationen, *Kriminologie – Das Online-Journal*, 5 (4), Online: <https://www.kriminologie.de/index.php/krimoj/article/view/282> (09.04.2025).
- Pennycook, Gordon/Rand, David G. (2022). *Nudging Social Media toward Accuracy*, *The Annals of the American Academy of Political and Social Science*, 700 (1), 152–164, Online: <https://doi.org/10.1177/00027162221092342> (04.06.2025).
- RedaktionsNetzwerk Deutschland (2021). *Polizei warnt vor Falschmeldungen über Kinderleichen im Hochwassergebiet*, 29.07.2021, Online: <https://www.rnd.de/panorama/polizei-warnt-vor-falschmeldungen-ueber-kinderleichen-im-hochwassergebiet-QVT6WTHHQPJLBUYW-S4CGRWVX5M.html> (13.01.2025).
- Roozenbeek, Jon et al. (2022). *Psychological inoculation improves resilience against misinformation on social media*, *Science advances*, 8 (34), eabo6254, Online: <https://doi.org/10.1126/sciadv.abo6254> (04.06.2025).
- Rüdel, Nils (2021). *Fake News in der Unwetter-Katastrophe. Polizei tritt Falschmeldungen über Reduzierung der Einsatzkräfte entgegen*, *GeneralAnzeiger*, 20.07.2021, Online: https://ga.de/region/ahr-und-rhein/bad-neuenahr-ahrweiler/fake-news-nach-der-flutkatastrophe-geruechte-und-ihrte-auswirkungen_aid-61647059 (04.06.2025).
- Schewina, Kai et al. (2024). *Maßnahmen zur Bekämpfung digitaler Desinformation. Interdisziplinäre Perspektiven für Sicherheitsbehörden*, *SIAK Journal – Zeitschrift für Polizeiwissenschaft und polizeiliche Praxis* (4), 15–29, Online: https://dx.doi.org/10.7396/2024_4_B (04.04.2025).
- Sellnow, Timothy L./Seeger, Matthew W. (2013). *Theorizing Crisis Communication*. 1. Aufl. s.l.: Wiley-Blackwell (Foundations in Communication Theory).
- Sievi, Luzia/Pawelec, Maria (2025). *(How) Should security authorities counter false information on social media in crises? A democracy-theoretical and ethical reflection*, *International Journal of Disaster Risk Reduction*, 116, Online: <https://doi.org/10.1016/j.ijdr.2024.105093> (04.06.2025).
- Stieglitz, Stefan et al. (2025). *What Measures Can Government Institutions in Germany Take Against Digital Disinformation? A Systematic Literature Review and Ethical-Legal Discussion*, in: *Beverungen, Daniel et al. (Hg.), Transforming the Digitally Sustainable Enterprise*, Cham, 319–337, Online: https://doi.org/10.1007/978-3-031-80125-9_19 (04.06.2025).
- Veil, Shari R. et al. (2011). *A Work-In-Process Literature Review: Incorporating Social Media in Risk and Crisis Communication*, *Contingencies & Crisis Mgmt*, 19 (2), 110–122, Online: <https://doi.org/10.1111/j.1468-5973.2011.00639.x> (04.06.2025).
- Vese, Donato (2022). *Governing Fake News: The Regulation of Social Media and the Right to Freedom of Expression in the Era of Emergency*, *European Journal of Risk Regulation* 13 (3), 477–513, Online: <https://doi.org/10.1017/err.2021.48> (04.06.2025).
- Wagner, Daniel/Görgen, Thomas (2018). *Polizeiliche Kriminalprävention via Social media*, in: *Dessecker, Axel/Rettenberger, Martin (Hg.), Medien – Kriminalität – Kriminalpolitik. Kriminologie und Praxis*, Band 73, Wiesbaden, 53–82.
- Walsh, James P./O'Connor, Christopher (2019). *Social media and policing: A review of recent research*, *Sociology Compass*, 13 (1), Online: <https://doi.org/10.1111/soc4.12648> (04.06.2025).
- Warren, Mark E. (2017). *A Problem-Based Approach to Democratic Theory*, *American Political Science Review*, 111 (1), 39–53, Online: <https://www.jstor.org/stable/26288978> (04.06.2025).
- Wegner, Maren et al. (2020). *Die Polizei als ‚Influencerin‘? – Zum Einfluss der Polizei auf sicherheitspolitische Diskurse: Die Silvesternacht in Leipzig-Connwitz 2019/2020*, in: *Hunold, Daniela/Ruch, Andreas (Hg.), Polizeiarbeit zwischen Praxishandeln und Rechtsordnung. Empirische Polizeiforschungen zur polizeipraktischen Ausgestaltung des Rechts*, Edition *Forschung und Entwicklung in der Strafrechtspflege*, Wiesbaden, 39–73, Online: https://doi.org/10.1007/978-3-658-30727-1_3 (04.06.2025).