

felixbeilharz

Vorwort von
**Ranga
Yogeshwar**

#FAKE

WIE DU GEFÄHRLICHE
LÜGEN, ABZOCKE UND GEFAHREN
IM INTERNET 
ERKENNST, DURCHSCHAUST UND MEIDEST



In Zusammenarbeit mit



IMPRESSUM

© 2021 Felix Beilharz, Köln

1. Auflage 2021

Herausgeber und Autor: Felix Beilharz, Marsiliusstraße 68, 50937 Köln

Layout/Textsatz: Medienagentur Klöcker GmbH, Stolberg

Umschlaggestaltung: Ken Jatho

Sketchnotes: Isabel Kulessa

Lektorat: Sandy Brunzel und Julia Düfrain

Druck: KEEY GmbH, Fürth

Bestellung und Vertrieb: Nova MD GmbH, Vachendorf

ISBN 9783969668108

Alle Angaben/Daten nach bestem Wissen, jedoch ohne Gewähr für Vollständigkeit und Richtigkeit. Das Werk, einschließlich seiner Teile, ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung ist ohne Zustimmung des Autors unzulässig. Dies gilt insbesondere für die elektronische oder sonstige Vervielfältigung, Übersetzung, Verbreitung und öffentliche Zugänglichmachung.

EIN BESUCH UNSERER WEBSITE SCHADET NICHT!

WWW.FAKEBU.CH

Hier findest Du weiterführende Materialien, die Sketchnotes zum Download, viele Infos und alle Links aus dem Buch.

VORWORT VON RANGA YOGESHWAR	6		
1. WILLKOMMEN IM ZEITALTER DES FAKES	11		
<i>Was ist ein Fake und warum ist er so gefährlich?</i>	14		
<i>Wie der Fake unsere Gesellschaft spaltet</i>	20		
<i>Warum wir für Fakes so empfänglich sind</i>	26		
<i>Der Fake und die Corona-Krise</i>	34		
<i>Wie ich einmal selbst Fake News produziert habe</i>	41		
2. FAKE NEWS – VERSCHWÖRUNGEN, LÜGEN UND GEFÄHRLICHER UNSINN	46		
<i>Der Siegeszug der Fake News</i>	47		
<i>Arten & Formen der Fake News</i>	50		
<i>Nicht erst seit gestern: Fake News früher und heute</i>	63		
<i>Verschwörungstheorien und Fake News</i>	67		
<i>Wie entstehen Fake News und was macht sie so erfolgreich?</i>	85		
<i>Urban legends – der kleine (harmlose?) Bruder der Fake News</i>	89		
<i>Wie Du Fake News erkennst und prüfst</i>	92		
3. FAKE IM ONLINESHOPPING – AMAZON BETRUG UND WEITERE SCHÄBIGKEITEN	103		
<i>Fake Bewertungen – 5 Sterne im Sonderangebot</i>	103		
<i>Fake Produkte – Lieferung erfolgt zwischen Montag und niemals</i>	124		
<i>Fake Shops – täuschend echt, aber fake</i>	136		
<i>Fake Tests – Prädikat Bullshit</i>	155		
4. FAKE IM SOCIAL WEB – VON BOTS, GEWINNSPIELEN UND „GEHACKTEN“ PROFILEN	165		
<i>Hoaxes</i>	165		
<i>Fake Profile</i>	183		
<i>„Mein Account wurde gehackt“</i>	206		
<i>Fake Werbung – das Abnehmwunder mit dem Promi-Bonus</i>	219		
<i>Fake Gewinnspiele – warum Du wieder kein Tiny House gewonnen hast</i>	236		
<i>Fake Likes – Liebe gegen Geld</i>	254		
<i>Fake Influencer</i>	262		
5. NOCH MEHR FAKES IM NETZ	268		
<i>Fake Ferienhaus-Vermittlung</i>	268		
<i>Fake Flirtprofile</i>	272		
<i>Fake E-Mails</i>	279		
<i>Fake Kleinanzeigen</i>	291		
<i>(Wirklich) gehackte Websites</i>	294		
<i>Ein Blick in den Abgrund – im Inneren der Faker-Community</i>	298		
<i>Deep Fakes – düstere Aussichten für die Zukunft</i>	313		
6. WAS WIR TUN SOLLTEN, UM DEN FAKE ZU BESIEGEN	322		
<i>Medienkompetenz</i>	322		
<i>Was Eltern tun können</i>	324		
<i>Was Schule und Lehrer tun sollten</i>	328		
<i>Verantwortung der Plattformen</i>	333		
<i>Was Du tun kannst: 10 Tipps für mehr Sicherheit im Internet</i>	339		
ÜBER FELIX BEILHARZ	344		
QUELLEN	348		



**Well, who ya gonna believe,
Well, *me or your own eyes?***

– Groucho Marx, Duck soup –

„Du gibst Dich bloß als der Yogeshwar aus dem Fernsehen aus – lass den Quatsch!“. Die scharfe Antwort der Teilnehmerin in der Newsgruppe vertutzte mich. Offenbar glaubte sie nicht daran, dass ICH der „Echte“ war, der seinen ersten Post abgesetzt hatte. Es waren die 1990er Jahre. Das Internet war noch jung und ich machte meine ersten Erfahrungen mit dem World Wide Web. Der komplizierte Einwählvorgang über das piepsende Modem, das lange Warten bis man endlich „drin“ war und der lähmende Aufbau der Seiten gehörten damals zu den Hürden, die man auf sich nehmen musste, um in diese verheißungsvolle Welt einzutauchen.

Doch nun gab es prompt Zweifel an meiner Identität. „Woher kann ich denn wissen, ob DU wirklich eine Frau bist und nicht etwa ein Mann, der sich hinter einem Frauennamen tarnt?“ Es entstand ein interessanter Dialog zwischen uns und wir fragten uns, wie man in dieser virtuellen Welt überhaupt belegen konnte, dass man es selbst war und nicht jemand anders? Unsere Diskussion ging lebhaft hin und her, ich nannte einige Argumente, die für mein „echtes“ Ich sprachen, und auch sie suchte nach Belegen, doch wir fanden keine befriedigende Lösung. Jeder andere User hätte eben auch solche

Antworten liefern können und bis zum Schluss blieb unsere wahre Identität dem anderen ein Rätsel.

Uns wurde klar, dass der Grund hierfür im Medium selbst lag. Alles Digitale kann eben beliebig kopiert und manipuliert werden. Hier gibt es keinen Unterschied zwischen Original und Kopie. Nirgendwo sonst ist es einfacher, zu fälschen.

Diese frühe Erfahrung machte mir klar, dass ich alles, was sich in dieser Welt abspielt, besser hinterfragen sollte. In den Folgejahren haben künstliche Intelligenz und moderne Methoden der Bildverarbeitung das Problem noch vergrößert, denn Bilder, Texte und Videos lassen sich inzwischen derart perfekt nachahmen, dass selbst Kenner den Unterschied nicht mehr wahrnehmen. Digitale Assistenten verstehen inzwischen die gesprochene Sprache und sind in der Lage verblüffend treffsicher auf Fragen zu antworten. Bei Telefonhotlines weiß man bald nicht mehr, ob da ein Mensch oder eine Maschine sich mit einem unterhält. Die digitalen Apparate werden immer besser.

Bei meinen Vorträgen stelle ich manchmal mein Publikum auf die Probe und spiele ein paar Musikstücke vor. Die Zuschauer sollen jeweils abstimmen, ob es sich bei dem soeben gehörten Stück um einen Menschen oder um eine Maschine handelt, der die erklingende Sequenz komponiert und spielt. Musik hat immerhin viel mit Gefühl zu tun! Das Votum ist erstaunlich, denn die meisten im Publikum sind sich unsicher. Wir können also selbst bei einem so emotionalen Feld wie der Musik nicht mehr unterscheiden, ob dahinter ein Mensch oder eine Maschine steckt.

In den sozialen Netzwerken treffen wir auf unzählige intelligente Bots und Fake Accounts. Wenn wir etwas kommentieren, dann antworten intelligente Algorithmen und ohne es zu merken, folgen wir manchmal Personen, die es in Wirklichkeit gar nicht gibt. Innerhalb des digitalen Ökotoes ist die scharfe Trennung zwischen „echt“ und „fake“ nicht möglich. Das Medium selbst generiert uns eine bunte Illusion und ist somit der ideale Nährboden für Fake im großen Stil.

Problematisch wird dieser Umstand, weil wir immer wichtigere Teile unseres Lebens ins Netz verlagern. Wir lesen Nachrichten, bilden uns unsere Meinung über politische Ereignisse, entscheiden anhand der Bewertungen im Netz, wo wir unser Geld ausgeben oder informieren uns in Online-Foren über so wichtige Dinge wie unsere Gesundheit. Von der Wahl des Restaurants bis hin zum Finanz-Handel befragen wir das Netz und fallen dabei gerne auf angeblich seriöse Bewertungen herein oder schlagen bei Sonderangeboten zu, die weit mehr versprechen als sie halten. Manche suchen sogar ihren künftigen Lebenspartner im Netz. Doch die retuschierten und geschönten Profilbilder auf Instagram, TikTok & Co haben mit der Realität wenig zu tun. Der Look zählt und niemand begreift, dass die geschönten Bilder der ewig strahlenden Influencerinnen und Influencer im Kern ein einziger Fake sind. Sie leben in einer geschönten Welt, wohingegen wir uns mit Alltagsproblemen in der grauen Realität herumschlagen müssen.

Das Fake Problem wächst, denn im Laufe der vergangenen Jahre hat ein Umzug in die Welt der Bits und Bytes stattgefunden, während klassische Geschäftsmodelle austrocknen. In den Medien wird dieses besonders deutlich: Zeitungsverlage und Fernsehsender erleben einen massiven Einbruch ihrer Leserschaft und Seher. Die Auflagen der bekannten Leitmedien befinden sich in einem stetigen Sinkflug, wohingegen die großen Plattformen zu den Gewinnern zählen. Die Vorteile der zielgerichteten Werbung sind eben offensichtlich und so wandern immer mehr Werbekunden ins Internet, wodurch sich die Geschäftsgrundlage klassischer Zeitungen und Fernsehsender auflöst.

Die zielgerichteten Datenströme im Netz provozieren jedoch eine wachsende Zersplitterung unserer Gesellschaft, denn anhand unserer Nutzerdaten versorgen uns die Algorithmen mit zielgerichteten Angeboten: Sie und ich erhalten nicht nur unterschiedliche Werbung, sondern auch unterschiedliche News-Feeds. Wenn wir einkaufen, dann werten intelligente Algorithmen unsere Datenspuren aus und für ein und dasselbe Produkt zahlen wir unterschiedliche Preise. Dieses „dynamic pricing“ nutzt unter anderem die

Daten Ihres Computers. Wenn Sie ein teures Gerät besitzen, dann zahlen sie automatisch mehr!

Die Plattformen haben es dabei vor allem auf unsere Aufmerksamkeit abgesehen. Je länger wir „On“ sind, umso mehr Werbung können sie uns unterjubeln und zudem liefern wir mit jedem Klick weitere kostbare Daten über unser Verhalten und unsere Interessen. Während wir also immer noch das Gefühl haben „frei“ zu entscheiden, arbeitet eine aufwändige Software daran, unser Verhalten vorherzusagen und uns durch eingestreute Informationen gezielt zu manipulieren.

Momentan agieren wir im Bewusstsein, dass unsere Entscheidungen auf der Basis des freien Willens und Wollens geschehen. Wir möchten einen Pulli kaufen, wir möchten einen Urlaub buchen oder wir möchten ein bestimmtes Restaurant besuchen. Doch je stärker die digitale Manipulation einfließt, umso mehr werden unsere Entscheidungen von außen beeinflusst. Und wenn das so weiterläuft, brauchen wir irgendwann ein neues Wort, denn dann möchten wir nicht mehr, sondern dann "werden wir gemöchtet".

Was noch vor Jahren mit „connecting the world“ gefeiert wurde, erweist sich als phänomenaler Trugschluss, denn die großen Netzwerke verbinden vor allem Gleichgesinnte untereinander. Followerinnen folgen ihren jeweiligen Geistesverwandten und mit der Zeit bilden sich immer mehr Echo-kammern. Wir hören nur noch, was uns passt und von einem pluralistischen Austausch ist dann bald keine Rede mehr. Die Konsequenzen dieser digitalen Erregungsbewirtschaftung sind eine verstärkte Ausbreitung von Fake News. Wissenschaftler vom MIT (Massachusetts Institute of Technology) untersuchten vor zwei Jahren die Ausbreitung von falschen Nachrichten bei Twitter und fanden heraus, dass sich Tweets mit falschen Informationen sechs Mal (!) schneller ausbreiten als diejenigen, die korrekte Informationen enthielten.

Diese unheilvolle Entwicklung geht auf das Zusammenspiel von zwei wesentlichen Faktoren zurück: Zunächst klicken wir Menschen lieber Überraschendes an und leider verstecken sich dahinter häufiger falsche Nachrichten.

Und weil diese öfter angeklickt werden, priorisiert der Algorithmus ausgerechnet diese Fake News. Es kommt also zu einer automatischen Selbstverstärkung. Inzwischen erleben wir die Konsequenzen davon in Form absurder Verschwörungstheorien oder lauten Protesten wie im Falle der weltweiten Anti-Corona Demonstrationen. Das Netz wirkt wie ein Brandbeschleuniger. Der Hass nimmt zu und weltweit zeigt sich, wie Fake News zunehmend zu einer politischen Polarisierung führen und unser demokratisches Miteinander destabilisiert.

So aufregend die Möglichkeiten und Chancen des Internets auch sind, die Abgründe, die sich dort auftun, bedrohen die Stabilität unserer Gesellschaft. Es ist daher dringend an der Zeit, diese Entwicklung zu korrigieren. Aus diesem Grund ist das vorliegende Buch von Felix Beilharz so wichtig, denn es zeigt anhand vieler konkreter Beispiele, wo und wie uns diese falsche Welt begegnet und wie wir uns konkret gegen Fake schützen können. Übrigens in einem Punkt kann ich beruhigen – Felix Beilharz ist echt!!

Ranga Yogeshwar

Wissenschaftsjournalist und TV-Moderator

1. WILLKOMMEN IM ZEITALTER DES FAKES

Der Fake ist kein neues Phänomen. Seitdem Menschen miteinander Geschäfte machen, ja schon seit sie überhaupt miteinander kommunizieren, wird gelogen und betrogen, gefälscht und hinter das Licht geführt. Bereits aus Zeiten der Antike sind Gesetze gegen Falschgeld bekannt (Falschmünzerei wurde im Römischen Reich mit dem Feuertod bestraft).

Im alten Griechenland schaltete der Staatsmann Themistokles 483/482 v. Chr. seinen schärfsten Konkurrenten Aristeidis aus, indem er die Fake News verbreitete, dieser wolle die gerade frisch errichtete Demokratie beseitigen und eine tyrannische Alleinherrschaft etablieren. Mit Erfolg – Aristeidis wurde verbannt.

Ich bin sicher, dass schon viel früher der ein oder andere Neandertaler das Mammut, das er gerade erlegt hatte, ein wenig größer als maßstabsgetreu an die Höhlenwand malte, um bei seinen Mitbewohnern besser dazustehen.

Jeder findet diese Tendenz zur „schmückenden Übertreibung“ bei sich wieder. Wer behauptet, noch nie eine Geschichte etwas ausgeschmückt zu haben, um sie effektvoller erzählen zu können, ist entweder zu sich selbst unehrlich oder zu uns. Wir schmücken unsere Lebensläufe aus, wir flunkern ein wenig in unserem Tinder-Profil und wir verschönern unsere Selfies mit Filtern bei Instagram. Der Fake – und auch der Kampf gegen ihn – ist der ewige Begleiter der Menschheit. Kriege wurden durch ihn ausgelöst, Regierungen durch ihn gestürzt, Karrieren wurden auf ihm aufgebaut oder durch ihn zerstört und unzählige Beziehungen sind durch ihn entstanden oder zerbrochen.

Doch etwas hat sich in den letzten Jahrzehnten entscheidend geändert: Und zwar deutlich.

Es gibt jetzt den größten Wirkungsverstärker, den die Menschheit je erfunden hat: das Internet.

Das Internet hat alle Lebensbereiche umgewälzt. Fällt Dir irgendein Bereich Deines Lebens ein, der nicht ganz oder teilweise im Internet stattfindet oder zumindest durch das Internet beeinflusst wird? Mir nicht. Wir finden

unseren neuen Zahnarzt über das Internet, lernen unsere Lebenspartnerin online kennen, schließen Versicherungen im Netz ab, halten Kontakt zu Freunden aus der ganzen Welt, erledigen unsere Bankgeschäfte online, kaufen mittlerweile so gut wie alles über das Internet ein oder konsumieren unsere Nachrichten, Videos, Filme und Serien über digitale Kanäle. Und mit sehr hoher Wahrscheinlichkeit hast Du auch dieses Buch über das Internet gekauft, weil Du über das Internet davon erfahren hast.

Genau diese Entwicklung hat auch dem Fake zu einem gigantischen Aufschwung verholfen. Ganz früher gab es im Prinzip zwei Wege, wie sich eine Falschnachricht verbreitete: Im Rahmen einer öffentlichen Versammlung, bei der jemand vor einer mehr oder weniger großen Menschenmenge die Unwahrheit verkündete oder per Mund-zu-Mund-Weitererzählung. Beides eher ineffiziente Methoden, die für eine größere Verbreitung lange brauchen und auf viel Glück angewiesen sind, damit alles nach Wunsch verläuft. Selbst die Erfindung des Buchdrucks hat die Möglichkeit zur Verbreitung von Lügen und Fakes zwar stark beschleunigt – im Vergleich zu heute ist das jedoch immer noch Steinzeit.

Mit Einführung der Massenmedien begann dann auch die moderne Propaganda zu Kriegszwecken und der bewussten Manipulation der Bevölkerung. Damit bekam der Fake schon ein deutlich stärkeres Vehikel zur Verbreitung. Trotzdem blieb die Verkündung der Fakes im Wesentlichen in den Händen weniger. Der ganz normale Bürger hatte kaum Möglichkeiten, Lügen in die Welt zu setzen, die sich auch über den engeren Nachbarschaftskreis hinaus verbreiteten.

Heute kann jeder, ja leider wirklich JEDER, zu JEDEM Thema eine Behauptung aufstellen und sie online verkünden. Und potenziell hat Sekundenbruchteile später fast jeder Mensch der Welt die Möglichkeit, diese Behauptung zu sehen und sogar weiterzuleiten. Das ist eine unglaubliche Vereinfachung der einstmals mühsamen Verbreitung von Fakes. Alle Propagandaminister oder Staatsstreich-Verschwörer früherer Jahrhunderte wären angesichts der heutigen Möglichkeiten restlos begeistert.

Auch bei allen anderen Arten des Fakes, Betrugereien und Abzocke wirkt das Internet enorm begünstigend. Vor ein paar hundert Jahren musste der Schlangenöl-Verkäufer noch mit dem Pferdewagen von Ort zu Ort fahren,

um sein wirkungsloses, aber hoffnungslos überteuertes Wunderelixier gegen Warzen und Glatzenbildung und den bösen Blick an den ahnungslosen Mann und die unbedarfte Frau zu bringen. Heute reicht es aus, sich mit ein paar Klicks einen kleinen Onlineshop einzurichten und schon steht einem der gierige Weltmarkt für Wundermittel und Zaubersäfte offen. Mit ein paar weiteren Klicks sind eine Facebook-Werbeanzeige eingerichtet und mehrere Milliarden Menschen ansprechbar.

Das Internet hat unzählige positive Wirkungen auf die Welt gehabt und ist vielleicht die großartigste Erfindung der Menschheit. Aber gleichzeitig hat es dem Fake, dem Betrug und der Abzocke eine so enorme Verbreitung ermöglicht, wie wir es uns niemals hätten vorstellen können.

Wir sind alle potenzielle Opfer dieser Fakes. Wir müssen aufpassen, nicht zu tatsächlichen Opfern zu werden. Wir können lernen, Fakes zu erkennen und zu umschiffen, um uns sicherer im Netz, in Social Media und im Online-shopping zu bewegen. Und genau darum geht es in diesem Buch.

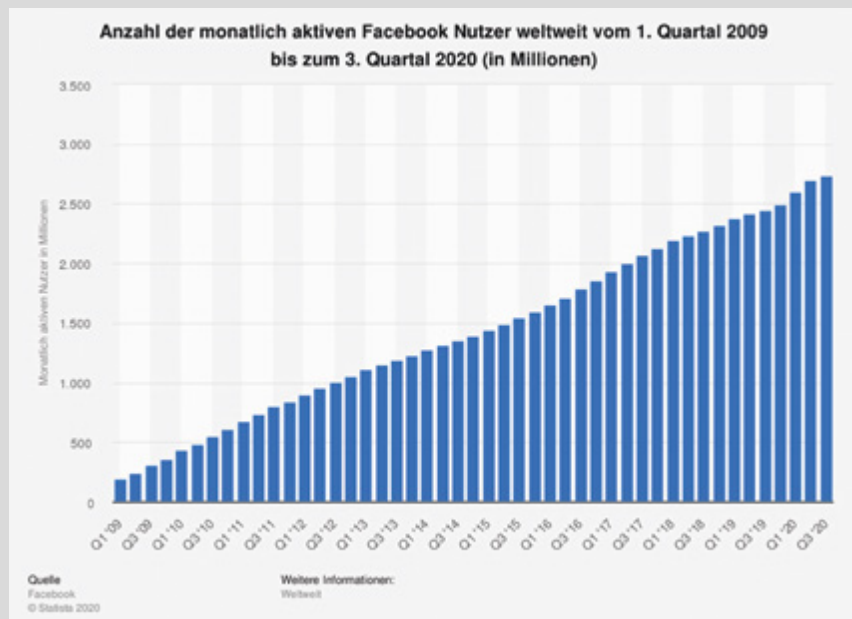
ÜBRIGENS ...

Die Social Media haben die Verbreitung von Fakes und Fake News extrem beschleunigt. Das liegt nicht daran, dass Social Media irgendwie prinzipiell schlecht wären, sondern einfach an der enormen Verbreitung der sozialen Kanäle. Ein Medium, auf das fast jeder Zugriff hat und mit dem fast jeder ungefiltert senden und empfangen kann, ist potenziell eben auch ein gutes Vehikel zur Ausbreitung von Falschnachrichten und Betrugereien.

Doch wie groß ist die Nutzung der Social Media wirklich? Zur Einordnung hier mal ein paar Zahlen und Fakten:

- 3,3 Milliarden Menschen weltweit nutzen die Facebook-Dienste (Facebook, WhatsApp, Instagram, Messenger) monatlich (Q4/2020)¹
- Weltweit werden 100 Milliarden Nachrichten pro Tag auf WhatsApp verschickt (Oktober 2020)²
- Zwei Milliarden Menschen loggen sich monatlich bei YouTube ein (2020)³

- 78 % der deutschen Bevölkerung sind mindestens wöchentlich auf WhatsApp aktiv (68 % täglich); bei der Generation Ü70 immerhin noch 43 % (32 % täglich) (2020)⁴
- 77 % der Deutschen nutzen YouTube zumindest selten (Q3/2019)
- 98 % der unter 29-jährigen Deutschen und immerhin noch 32 % der über 70-Jährigen schauen sich mindestens wöchentlich Videos im Internet an (2020)⁵



1: Facebooks Nutzerzahlen steigen ungebrochen.⁶

Was ist ein Fake und warum ist er so gefährlich?

In diesem Buch sprechen wir über Fakes. Dafür sollten wir den Begriff einmal kurz definieren. Denn letztlich könnte man unter Fake vieles verstehen: Lügen, gefälschte Produkte, Falschgeld, Kunstfälschung, gefälschte Markenkleidung, Fake News und vieles mehr. Sogar Menschen werden

umgangssprachlich als „Fake“ bezeichnet, wenn sie uns etwas vorspielen oder nicht das sind, was sie vorgeben zu sein. All das in einem einzigen Buch zu behandeln, wäre unmöglich – zu vielfältig sind die Formen und zu zahlreich die Beispiele. Deshalb greifen wir uns einige wichtige, grundlegende Formen der Fakes im Internet heraus.

Wir werden über die Fakes sprechen, mit denen Du wahrscheinlich am ehesten in Deiner täglichen Online-Nutzung in Kontakt kommen wirst, ja vermutlich schon oft sogar gekommen bist, vielleicht sogar, ohne es zu merken. Und wir sprechen nur über die Fakes, bei denen die Gefahr besteht, dass Du durch sie einen direkten oder indirekten Schaden erleidest, einen Nachteil hast oder sonst wie wirklich betroffen bist. Wenn jemand per Photoshop oder einer anderen App einige Sommersprossen oder Lachfalten von seinem Foto entfernt, bevor er es auf Facebook postet, könnte das zwar ebenfalls als „Fake“ durchgehen, dürfte aber auf Dein zukünftiges Wohlergehen wenig negativen Einfluss haben. Wenn Du hingegen ein paar Hundert Euro in einem gefakten Webshop versenkst oder Du Dich vor Deinem Freundeskreis durch das Weiterleiten einer gefälschten News-Meldung blamierst, schadet Dir das schon eher... Auf solche Arten von Fakes konzentrieren wir uns.

Wir schauen uns also folgende Fakes und Fake Gebiete genauer an:

FAKE NEWS

Die gefälschten, unwahren oder verzerrten Nachrichten haben einen enormen Einfluss auf die Stabilität einer Gesellschaft, einer Demokratie und eines friedlichen Zusammenlebens. Fake News stellen einen großen Teil der Fakes im Netz dar – und leider auch einen stetig wachsenden.

Sie betreffen Dich auch in Deinem täglichen Leben, wenn Du aufgrund solcher Fakes schlechte Entscheidungen triffst, Dir eine nicht auf Tatsachen basierende Meinung bildest oder Dich mit Deiner Familie zerstreitest. Grund genug also zu untersuchen, wie Du Fake News besser erkennst und Dich vor ihnen schützt.

FAKES IM ONLINESHOPPING

Mit der zunehmenden Beliebtheit des Einkaufens im Internet haben natürlich auch die schwarzen Schafe massiv zugenommen. Ich erinnere mich an Zeiten, als man bei Ebay noch leere Navigationsgeräte-Packungen zugeschickt bekam, wenn man an den falschen Händler geriet. Aber das war eher die Ausnahme.

In den letzten Jahren hat sich da viel geändert, nur leider nicht zum Guten. Bei Amazon tummeln sich nicht nur gefakte Produkte en masse, sondern auch unzählige Amazon Händler, die einfach gar nichts verschicken, weil ihr ganzer Auftritt ein einziger Betrug ist. Die Masche dahinter ist recht clever, mit etwas Know-how aber gut zu durchschauen. Nur ohne das nötige Wissen fällt man leicht darauf herein. Wie Du solche Fakes erkennst, erfährst Du in Kapitel 2. Ebenso, wie Du die eigenständigen Fake Onlineshops entlarvst, die im Netz mittlerweile massenweise existieren und von außen kaum mehr von echten Shops zu unterscheiden sind.

FAKES IM SOCIAL WEB

Einen Großteil der Zeit, die wir im Internet verbringen, sind wir auf sozialen Medien aktiv. Wir tauschen uns mit unserer Familie bei WhatsApp aus, wir informieren uns auf Facebook, wir schauen uns Videos auf YouTube an, „stalken“ unsere Freunde und Freundinnen bei Instagram (oder lassen uns von Influencern beeinflussen), wir lachen über witzige TikTok-Videos oder knüpfen Geschäftskontakte bei XING und LinkedIn.

Wir sind immer nur einen Schritt vom nächsten Fake entfernt: Der Influencerin, die ihre vermeintliche Berühmtheit gekauften Followern und automatisch generierten Likes verdankt. Der halbnackten Russin, die dringend unsere Facebook-Freundin werden will. Dem wunderschönen Tiny House, das wir gewinnen können, wenn wir nur den Post an alle unsere Freunde teilen und unsere Daten in ein Formular eintragen. Den neuen AGB des Social Networks, denen wir aber ganz einfach widersprechen können, wenn wir nur einen bestimmten Text auf unserer Pinnwand posten und viele, viele mehr.

Was es mit all diesen Dingen auf sich hat und vor allem, wie Du solche Fakes künftig leichter erkennst, darum geht es ebenfalls in diesem Buch.

SONSTIGE FAKES

Zu guter Letzt schauen wir uns noch einige weitere Fiesheiten und Unschönigkeiten (mal schauen, ob ich diese Wortschöpfung am Lektorat vorbeischmuggeln kann) an, die das Internet so für uns bereithält: Gefakte E-Mails von (angeblich) Amazon oder PayPal, die unsere Daten ausspionieren wollen oder meisterhaft manipulierte Videos, mit denen quasi jedem Menschen jede beliebige Aussage in den Mund gelegt werden kann – von außen kaum noch als Fake zu erkennen.

Eine bunte Mischung, die in den kommenden Seiten auf Dich wartet. Bei manchen dieser Fakes wird Dir vielleicht sofort klar sein, warum Du Dich davor hüten solltest – zum Beispiel, weil Du beim Onlineshopping Geld verlierst, wenn Du auf einen Fake Shop hereinfällst.

Die Gefahr bei anderen Fakes ist vielleicht nicht sofort offensichtlich. Klar ist es nicht schön, auf eine falsche Nachricht hereinzufallen oder seinen Freundeskreis mit einem Fake Gewinnspiel-Post zu nerven, aber ist das wirklich schlimm? Passiert ist doch nicht wirklich was, oder?

Nun, auf den ersten Blick vielleicht nicht. Und doch haben solche Fakes eine zerstörerische Wirkung. Darüber sprechen wir im nächsten Abschnitt.

ÜBRIGENS ...

In diesem Buch wirst Du auf verschiedene Begriffe stoßen, die wir alle unter dem Begriff „Fake“ zusammenfassen, die aber jeweils etwas Spezielles meinen. Lass uns zu Beginn daher einmal kurz ein paar wichtige Begriffe klären, damit Du immer genau weißt, wovon die Rede ist.

_HACKING ist (sehr allgemein definiert) das Lösen von Problemen mit Computern und Software und deren Funktionen. Das ist ja erstmal nichts Negatives – und darauf bestehen viele Hacker auch. Auch die Begriffe „Life Hacks“ oder „Marketing Hacks“ leiten sich davon ab und beschreiben ungewöhnliche Lösungen für häufige Probleme. Im Alltag meint man mit Hacking allerdings etwas anderes: Wenn jemand in ein Computersystem einbricht, zum Beispiel durch das Ausprobieren von sehr vielen Passwörtern in kurzer Zeit („Brute Force Angriff“) oder durch das

Suchen und Auffinden von Sicherheitslücken in Websites oder Software. Diese Definition nutzen wir auch in diesem Buch – mit sogenannten „White Hat Hackern“, die ihre Arbeit für Unternehmen verrichten, um Sicherheitslücken zu finden und zu beheben, haben wir für gewöhnlich ja keine Probleme.

_PHISHING nennt man den Versuch, über gefakte E-Mails oder Websites an Zugangsdaten anderer Nutzer zu bekommen. Dieses Prinzip wird Dir im Buch an verschiedenen Stellen begegnen, beispielsweise wenn per Facebook Links zu vermeintlich schockierenden Videos verschickt werden, Du Dich aber erst nochmal neu bei Facebook einloggen musst.

_SOCIAL ENGINEERING ist eine Form des Hackens, bei der nicht Computerschwachstellen, sondern menschliche Verhaltensweisen ausgenutzt werden. Wer sich damit auskennt, kann einen Menschen in ein Gespräch verwickeln und durch geschickt gestellte Fragen die Antwort auf die Sicherheitsfrage des E-Mail-Kontos herausfinden. Wir geben alle oft sehr freizügig Informationen preis, da wir nicht hinter jeder Frage eine bössartige Absicht erwarten. Social Engineering nutzt eingefahrene Routinen, Arglosigkeit und psychologische Schwachstellen aus, um an Informationen zu kommen.

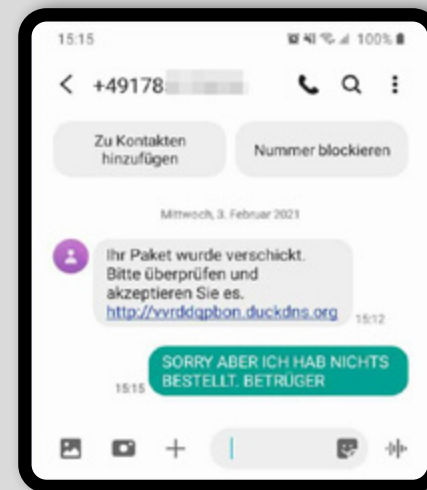
_SPOOFING nennt man es, wenn jemand vorgibt, eine andere Person zu sein, zum Beispiel mit einem Fake Profil, das das Profil einer Freundin oder eines Familienmitglieds imitiert. Der Spoofer bittet dann um eine schnelle Überweisung per PayPal oder verleitet das Opfer dazu, auf einen Link zu klicken, hinter dem sich Schadsoftware verbirgt.

Auch Unternehmen werden mit Spoofing (übrigens eine Unterform des Social Engineering) angegriffen. So ruft der Spoofer in einer Firma an, gibt sich als Mitarbeiter der IT-Abteilung aus und bringt arglose Mitarbeiter dazu, eine Schadsoftware zu installieren oder ihr Passwort zu verraten, um ein angeblich ganz dringendes und gefährliches Computerproblem zu lösen. Tatsächlich sind oft die Menschen die wahre Schwachstelle und nicht die IT-Systeme ...

_MALWARE ist der Oberbegriff für Schadsoftware wie Viren, Trojaner oder Phishing-Programme. Die Malware wird meist auf gehackten oder

gefakten Websites oder über Spam E-Mails verbreitet und kann enormen Schaden anrichten.

Ein solcher Virus wurde Anfang 2021 sogar via SMS verschickt bzw. der Link zur Website, die dann den Virus installiert (Abbildung 2). Getarnt war die Aktion als Paket-Benachrichtigung – wer da neugierig wurde und wissen wollte, um was für ein Paket es sich handelte, konnte sich die Schadsoftware auf das Smartphone einfangen. Wie für einen Virus typisch, versendete das Programm dann selbständig weitere SMS mit dem Link an alle Kontakte.



2: Fake Paket-Benachrichtigung via SMS.

Besonders fiese Malware ist die **_RANSOMWARE**. Dabei handelt es sich um Software, die, wenn sie einmal auf dem Computer installiert ist, den Zugang zum Gerät sperrt. Das Opfer soll dann Lösegeld bezahlen, damit der Computer wieder entsperrt wird.

_SNIFFING ist das Ausspionieren von Internetdaten, um Zugangsdaten und Passwörter herauszufinden. Oft wird Sniffing-Malware auf Computern installiert (z. B. indem das Programm vorgibt, ein kostenloses Spiel oder eine nützliche Software zu sein), die dann den gesamten Traffic ausliest und so sensible Daten abfischen kann.

Wie der Fake unsere Gesellschaft spaltet

Wie schadet also ein Fake, der nicht direkt einen monetären oder sonstigen Schaden beim Betroffenen bewirkt?

In Kürze: Er schadet, in dem er unsere Gesellschaft zersetzt. Wir leben in einer Demokratie mit einer sozialen Marktwirtschaft. Beide Systeme – das politisch-gesellschaftliche und das wirtschaftliche – funktionieren nur, wenn die Beteiligten ein ausreichend hohes Maß an Vertrauen haben können.

Uns ist das meist gar nicht bewusst, aber wir vertrauen auf unzählige Dinge im täglichen Leben:

- Wenn wir einen Stimmzettel ausfüllen, wird diese Stimme auch verarbeitet, gezählt und zugeordnet und geht in den Ausgang der Wahl im genau gleichen Ausmaß wie jede andere Stimme ein.
- In den Abendnachrichten im Fernsehen erhalten wir eine größtenteils auf nachprüfbaren Fakten basierende und objektiv zusammengestellte Rückschau auf die wichtigsten Ereignisse des Tages.
- Wenn wir im Internet ein Produkt bestellen, erhalten wir wenige Tage nach Zahlung das bestellte Produkt in der bestellten Qualität.
- Wenn ich einem Freund eine E-Mail schreibe, erhält dieser Freund diese E-Mail auch – und zwar nur dieser Freund, ohne unerwünschte Mitleser – und ich erhalte eine Antwort von genau diesem Freund und nicht zum Beispiel einem Geheimagenten, der sich als dieser Freund ausgibt.
- Wenn ich einem Unternehmensprofil auf Instagram folge, steckt dahinter auch wirklich das Unternehmen, dem ich folgen möchte.
- Wenn ich eine Banküberweisung tätige, wird genau der gewünschte Betrag von meinem Konto abgebucht und auf das Konto des gewünschten Zahlungsempfängers übertragen, ohne dass unbefugte Dritte auf diesen Prozess Zugriff haben.

Dazu kommen tausende weitere Aktivitäten, die wir Tag für Tag nur durchführen (können), weil wir auf die Ordnungsmäßigkeit und Zuverlässigkeit der dahinterstehenden Prozesse vertrauen.

Vielleicht hast Du bei einem der obigen Beispiele bereits kurz gezuckt. Vielleicht, weil Du den Nachrichten schon gar nicht mehr so wirklich vertraust. Vielleicht, weil Du die Rechtmäßigkeit der Wahlen anzweifelst. Oder vielleicht weil Du ohnehin davon ausgehst, dass jede Internetkommunikation irgendwie mitgelesen wird.

Die Realität gibt uns tatsächlich genug Anlass, unser Vertrauen in all diese Dinge zu erschüttern. Auch in einer gesunden Gesellschaft gibt es solche Missstände durchaus, aber es gibt auch immer Bemühungen, sie so gut wie möglich zu bekämpfen. Wahlbetrug wird von Kommissionen aufgedeckt und nach Möglichkeit verhindert. Einflussnahme auf Nachrichtensendungen wird von Medien-Watchblogs oder Interessenverbänden kritisiert und zur Sprache gebracht. Gefälschte Produkte werden vom Zoll oder von Handelsverbänden entdeckt und verfolgt. Daher ist unser Vertrauen in all diese Prozesse immer noch relativ hoch – und das zu Recht.

Was aber eine schleichende und immer stärkere zersetzende Kraft auf unser Vertrauen ausübt, ist der Fake. Der Fake ist die vielleicht größte Bedrohung für unsere Gesellschaft und unser Zusammenleben.

Die bloße Existenz des Fakes schadet bereits, selbst wenn es im konkreten Fall gar keinen Anlass dazu gibt. Ein perfektes Beispiel dafür sind Donald Trumps Bestrebungen nach der verlorenen Präsidentenwahl 2020. Trump wurde in den Monaten nach der Wahl nicht müde zu erklären, die Wahl sei manipuliert und „gestohlen“. Dabei berief er sich auf eine Unzahl von Fake News, die er mit all seiner Reichweite weiterverbreitete.

Weder in den diversen Gremien noch vor den Gerichten konnte irgendeine der Behauptungen bestätigt werden. Selbst seine eigenen republikanischen Unterstützer mussten einräumen, dass es einfach keine Belege für großangelegten Wahlbetrug gab. Das ihm unterstellte FBI erklärte die Wahl zur sichersten Wahl aller Zeiten.

Doch das ständige Verkünden der Fake News und das Streuen der Unsicherheit verfehlte seine Wirkung nicht. Nur 67 % der Amerikaner glauben, dass Joe Biden die Wahl gewonnen hat, 38 % zweifeln die Fairness der Wahl insgesamt an.⁷

Unter den Republikanern sind die Zahlen noch drastisch höher: 85 % machen sich Sorgen über möglichen Betrug bei der Briefwahl, 84 % bezweifeln eine gerechte Auszählung der Stimmen und 81 % vermuten illegale Stimmen durch Nicht-US-Bürger – allesamt Punkte, die Trump und sein Medienkosmos (FOX News, OAN, Newsmax) immer und immer wieder beschworen (obwohl es gerichtlich bestätigt absolut keine Belege dafür gab).⁸

Bezeichnend waren auch diverse Einzelinterviews, die CNN im Laufe der Monate führte. Immer wieder gaben Wähler an, dass sie natürlich nicht genau wissen, ob die Wahlen manipuliert seien – aber es sei ja durchaus möglich. „Man höre“ ja solche Dinge, „die Leute sagen ...“. Und genau das ist die zersetzende Wirkung der Fakes.

Einen vorläufigen Höhepunkt fand diese Entwicklung Anfang Januar 2021, als Trump-Unterstützer das Kapitol in Washington stürmten und es stundenlang unter Kontrolle hatten. Die Bilder der Schande gingen um die Welt. Mindestens fünf Menschen ließen im Umfeld der Unruhen ihr Leben.

Die Ereignisse waren das Ergebnis von Fake News und gleichzeitig die Quelle neuer Fake News. Es dauerte nämlich nur wenige Minuten, bis Behauptungen in den sozialen Netzwerken die Runde machten, bei den Randalierern handele es sich gar nicht um Trump-Unterstützer, sondern um eingeschleuste Antifa-Agenten, Pädophile und „Black Lives Matter“-Demonstranten. Trumps Facebook- und Twitter-Konten wurden für 12 Stunden gesperrt (und später sogar dauerhaft), nachdem er mehrmals Fake News zu diesen Entwicklungen verbreitet und die Gewalt gerechtfertigt hatte. Ein Tiefpunkt in einer Reihe von Tiefpunkten.

Ebenfalls in diese Reihe gehört das Simpsons-Meme, das nach den Unruhen im Netz aufgetaucht ist. Es bezieht sich auf den „QAnon Shaman“ Jake Angeli, der mit Fellmütze, Bisonhörnern und Flaggen-Speer im Capitol einige Aufmerksamkeit erregte und dessen Fotos um die Welt gingen. Das Simpsons-Meme scheint zu belegen, dass die Macher der Simpsons die Geschehnisse vorhergesagt hatten. Kein Wunder, dass sich das Bild in Windeseile verbreitete.



3: Haben die Simpsons die Capitol-Erstürmung vorhergesagt?

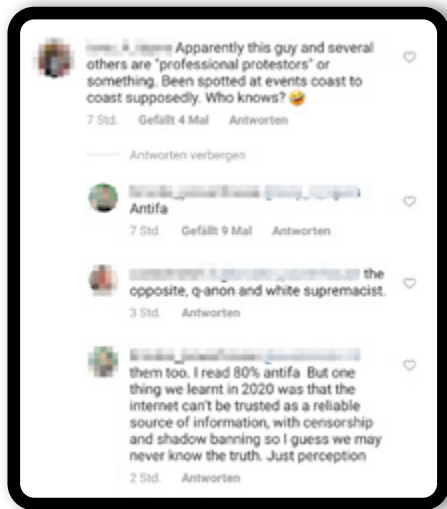
Zu diesem Bild tauchten auch eine Vielzahl von Erklärungsversuchen und Verschwörungstheorien auf. Zum Beispiel: Simpsons-Schöpfer Matt Groening sei ein Freimaurer und wusste daher, was geschehen wird. Oder wir leben alle in einer Simulation. Der Schamane hat sich an der Vorlage der Simpsons orientiert oder aber: Der Schamane war ein Schauspieler oder ein Agent der Antifa und alles nur inszeniert. Und einige mehr.

Die Wahrheit ist viel einfacher: Die Zeichnung ist ein Fake. Es wurde einfach ein Bild der Simpsons-Figur Hausmeister Willie etwas angepasst (Tattoos, Orden, Mütze und Flagge sowie Gesichtsbemalung sind im Original nicht vorhanden) und in eine andere Simpsons-Szene vor dem Capitol eingefügt. Keine Magie, keine Vorsehung – einfach Photoshop.

Dieser eigentlich harmlose Hoax (mehr dazu in Kapitel 4) beeindruckte die Social Media Welt trotzdem enorm und trug bei vielen zur Verunsicherung bei. Und leider nährte er auch genau das Narrativ von „wer weiß schon, was wirklich wahr ist“, das den Fake als solchen so gefährlich macht.

Als Beispiel dafür hier ein kurzer Kommentarverlauf, der mir bei Instagram unter einem Share dieses Simpsons-Memes begegnet ist. Auch hier wird, statt auf den offensichtlichen Fake hinzuweisen, diskutiert, ob der QAnon Schamane nun ein „professioneller Protestierer“ oder von der Antifa sei. Am bezeichnendsten ist aber das Fazit der Nutzerin: „Wenn wir 2020 etwas

gelernt haben, dann dass man dem Internet nicht trauen kann mit all der Zensur und dem Ausblenden durch die Social Networks. Ich glaube also, wir werden die Wahrheit niemals herausfinden. Es ist alles nur eine Frage der Wahrnehmung.“



4: Der Fake hat seinen Zweck erfüllt.

Nein, es ist NICHT eine Frage der Wahrnehmung. Die Wahrheit herauszufinden, ist keine Raketenwissenschaft, vor allem bei so einem offensichtlichen Fake wie diesem hier. Es gab nie eine Simpsons-Folge mit diesem Bild und eine kurze Recherche nach dem Foto zeigt die Bestandteile der Fotomontage. Das wahre Problem ist weder die Zensur noch das Shadowbanning (das Ausblenden unerwünschter Inhalte durch die Social Networks), die die Nutzerin hier beklagt. Das wahre Problem ist einfach der Fake und unsere Unfähigkeit oder Unwilligkeit, ihn zu durchschauen. Das ist die zersetzende Wirkung der Fakes: „Wer weiß schon, was wirklich wahr ist“ ist eine hochgradig gefährliche Schlussfolgerung!

Es reicht, dass wir die Zuverlässigkeit und Vertrauenswürdigkeit grundsätzlicher Prozesse und Abläufe zumindest mal prinzipiell in Frage stellen. Die wenigsten gehen auf die Straße und rufen „Lügenpresse“ oder „Die Wahlen sind manipuliert“ oder stürmen gar den Reichstag, um sich „ihr Parlament zurückzuholen“. Aber das schleichende Gefühl, dass da vielleicht doch etwas

dran sein könne, dass das ja nicht alles nur erfunden sein könne oder dass ein wahrer Kern ja den meisten Geschichten innewohne, DAS ist die große Gefahr hier.

Wer auf ein Facebook Fake Gewinnspiel hereingefallen ist, wird sich vielleicht nicht für immer von Gewinnspielen fernhalten. Aber er hat vielleicht künftig ein subtil schlechteres Gefühl gegenüber Unternehmen, Marketing oder Werbung. Was allen Unternehmen schadet, die ehrliche und großartige Produkte verkaufen und unsere Wirtschaft am Laufen halten.

Wer auf einen Fake Onlineshop hereingefallen ist, wird vielleicht ein negativeres Gefühl gegenüber Unternehmen, Online-Händlern oder dem Handel insgesamt zurückbehalten. Völlig ungerechtfertigt natürlich, aber nichtsdestotrotz vorhanden.

Wer auf eine Fake News hereingefallen ist, wird einen Ticken weniger Vertrauen in Medien haben, solange er nicht klar zwischen Fake und „echten“ Nachrichten unterscheiden kann – und das kann nun mal ein Großteil der Nutzer nicht.

Letzten Endes sinkt durch all das das Vertrauen in unsere Gesellschaft, unsere Werte und unsere Demokratie. Wie die kleine Mücke, die einen 100 kg-Mann irgendwann zum Wahnsinn treiben kann, haben auch hier kleine Ursachen langfristig große Wirkungen.

Und manchmal haben Fakes auch direkte und sofort spürbare negative Auswirkungen in der Gesellschaft. In Indien wurden mindestens 20 Menschen ermordet und zahlreiche weitere zusammengeschlagen, weil sie von wütenden Mobs für Kindesentführer gehalten wurden. Entsprechende gefälschte und manipulierte Videos wurden über WhatsApp-Gruppen verbreitet.⁹ Das ist dann plötzlich gar nicht mehr so harmlos. Fakes schaden immer – langfristig oder kurzfristig, aber ohne Ausnahme.

Ich hoffe, mit diesem Buch zumindest ein wenig dagegenwirken und zur Medienkompetenz und einem sicheren und spaßerfüllten Umgang mit dem Internet und digitalen Medien, beitragen zu können. Wenn Du nach dem Lesen das Gefühl hast, dass das gelungen ist, lass es mich gerne wissen (per E-Mail unter leser@fakebu.ch oder auf meinen Social Media Kanälen)!

Warum wir für Fakes so empfänglich sind

„Haha, der ist auf einen Fake hereingefallen!“ – vor diesem Gedanken sollten wir uns besser hüten. Denn der Fake kann uns alle treffen. Und er wird uns definitiv auch alle treffen. Höchstwahrscheinlich hat er uns auch schon alle getroffen. Vielleicht haben wir es bloß noch nicht bemerkt.

Wir alle sind empfänglich für Fakes. Das liegt zum einen an der Natur der Fakes und zum anderen an unserer eigenen Natur.

Wir sind oberflächlich

Einen Teil der Wirksamkeit von Fakes lässt sich mit unserer eigenen Oberflächlichkeit erklären. Wir nehmen uns kaum noch Zeit, Dinge wirklich zu durchdenken, wirklich zu hinterfragen, wirklich zu prüfen. Ein Facebook-Post einer Freundin, der bereits von 20 anderen Kontakten gelikt wurde? Wird schon stimmen.

Ein Onlineshop, der eine ordentlich aussehende Website, sauber aufgelistete Produkte und Preise sowie sogar Kundenbewertungen hat? Wer kommt da auf die Idee, dass man sich den Anbieter mal genauer anschauen sollte.

Viele der Fakes, auf die wir hereinfliegen, könnten wir als solche entlarven, wenn wir uns mehr Zeit nehmen würden. Nur leider arbeitet die immer schnellere Welt mit der immer größeren Informationsflut da gegen uns. Und eine Umkehr dieser Entwicklung ist nicht zu erwarten – also ist es auch müßig, darauf zu hoffen, dass Menschen plötzlich wieder tiefer über alles, was sie so sehen, hören und tun, nachdenken werden.

Unsere Oberflächlichkeit ist kein neues Phänomen. Bereits 2016 kam eine Studie der Columbia University zu dem Ergebnis, dass 59 % der Links, die über Twitter geteilt werden, keinen einzigen Klick erzielen – auch nicht vom Absender selbst.¹⁰ Das heißt, dass sechs von zehn Personen Links weiterleiten, ohne sie überhaupt selbst gelesen zu haben. Besonders deutlich wird das bei Menschen, die offensichtliche Satire-Artikel mit wütenden Kommentaren versehen teilen. Hier hat es offenbar nicht über die Überschrift hinaus gereicht.

Bereits zwei Jahre zuvor veröffentlichte das TIME Magazine eine Studie, der zufolge 55 % der Besucherinnen einer Website kürzer als 15 Sekunden auf der Seite verweilen.¹¹

Und bereits seit 1997 ist klar, dass wir Web-Inhalte nicht Wort für Wort lesen (das tun nur 16 %), sondern nur „scannen“ (79 %).¹²

Auch diese Entwicklungen werden sich seither durch die extrem vergrößerte Informationsflut und unser „always on“-Verhalten kaum geändert, sondern viel eher verschärft haben. Ideale Voraussetzungen für den Fake.

Wir sind medieninkompetent

Eng damit verbunden ist leider auch eine flächendeckend gering ausgeprägte Medienkompetenz. Davon sind alle Altersklassen betroffen. Hier können weder die Älteren auf die Jungen noch die Jungen auf die Älteren herabschauen – alle könnten ein gehöriges Quäntchen mehr Medienkompetenz vertragen.

Fangen wir bei der Generation 50+ an: Sie stammen aus einer völlig anderen Medienwelt. Als sie groß geworden sind, gab es nur einen Bruchteil des Medienangebots unserer heutigen Zeit. Medienangebote waren stark reglementiert und wurden normalerweise von ausgebildeten Fachleuten produziert. Wenn etwas sprichwörtlich „schwarz auf weiß gedruckt“ stand, hatte es einen gewissen Prozess durchlaufen und war daher zumindest mal grundsätzlich glaubwürdig.

Das ist heute vollkommen anders. In einer Welt, in der wir genau gleich guten Zugang zu FAZ.net und der New York Times haben, wie zum (fiktiven) YouTube-Kanal „cOrOnA WAHRHEIT aufgedeckt 24“ oder „Rudis Wahrheitsblog“, fällt es schwer, Blödsinn von hart recherchierten Fakten zu unterscheiden. Nur, weil auf meinem Smartphone zwei Meldungen nebeneinander aufploppen, sind noch lange nicht beide gleich viel wert. Auf dem Smartphone-Bildschirm mag die Aussage des weltweit profilierten Forschers gleich viel Platz einnehmen, wie die Behauptung des anonymen Twitter-Kanals – das macht sie aber nicht zu gleichwertigen Positionen.

Genau hier fehlen älteren Semestern oft die Mechanismen, Unfug von wertvoller Information zu unterscheiden. Einfach deshalb, weil eine solche Analyse in der Zeit, in der sie medientechnisch sozialisiert wurden, weder nötig noch möglich war. Ich sehe täglich, wieviel Medienkompetenz bei älteren Nutzern nötig wäre. Die Teilnehmenden der Fake Gewinnspiele oder diejenigen, die wütend Fake News auf Facebook teilen, sind selten Teenager, sondern stammen meist eher aus der Eltern- oder Großelterngeneration.

Wenn Du unter 30 bist und Dich jetzt grinsend zurückgelehnt hast – freu Dich nicht zu früh. Jetzt bist Du dran. Denn jüngere Generationen haben Medienkompetenz nicht automatisch in die Wiege gelegt bekommen. Und nur, weil jemand virtuos mit dem Smartphone umgehen kann, kann er die dort erscheinenden Informationen noch lange nicht virtuos einschätzen. Im Gegenteil.

Jüngere Menschen stehen älteren in ihrem Medienkompetenz-Nachholbedarf in nichts nach. Studien zeigen etwa, dass junge Social Media Nutzer Werbung schwerer von unbezahlten Inhalten unterscheiden können als ältere (Bitkom 2018). Oder, dass 80 % der Jugendlichen Schwierigkeiten haben, auf einer Website Werbung von redaktionellem Content zu trennen (Stanford 2016). Auch ein überzogenes Vertrauen zu Influencern/innen und Schwierigkeiten im Einordnen von Fake News schreien nach einer stärkeren Förderung der Medienkompetenz von jungen Menschen.

Senioren-Bashing oder Belächeln der Jugend sind also fehl am Platz – wir alle sind anfällig für Fakes und würden von einer besseren Medienkompetenz stark profitieren.

Wir sind psychologisch prädestiniert

Ein anderer Grund, warum wir auf Fakes hereinfallen, liegt ganz tief in unserer Psychologie verankert. Es ist der gleiche Grund, aus dem wir abergläubisch (oder überhaupt gläubig) sind, aus dem wir uns an einem Freitag, dem 13. besonders vorsichtig verhalten oder aus dem wir eine Münze an einem Automaten reiben, wenn er sie ein paar Mal wieder ausgespuckt hat. Oder aus dem wir flüchtig ein Kreuz auf Stirn und Brust andeuten, wenn etwas Schlimmes passiert ist oder passieren könnte. Psychologen

nennen diesen Grund „**COGNITIVE BIASES**“ oder auf Deutsch „**KOGNITIVE VERZERRUNGEN**“.

Kognitive Verzerrungen sind Fehler in unserem Informationsaufnahme- und Verarbeitungssystem, denen wir alle unterliegen. Niemand ist davor sicher. Selbst, wenn man sie kennt, muss man höllisch aufpassen, nicht darauf hereinzufallen und trotzdem wird es einem immer wieder passieren.

Trotzdem lohnt es sich, die wichtigsten kognitiven Verzerrungen zu kennen, die sich auf unsere Anfälligkeit für Fakes auswirken. Überprüfe einfach mal, ob Du Dich bei dem einen oder anderen Bias wieder erkennst (das ist keine Schande, wie gesagt – jeder ist davon betroffen!).

DUNNING-KRUGER-EFFEKT

Der „Dunning-Kruger-Effekt“ ist wohl die bekannteste kognitive Verzerrung. In Kürze besagt dieser Effekt: Menschen, die wenig über ein Thema wissen, überschätzen meist ihr Wissen und Können in diesem Bereich. Gleichzeitig unterschätzen sie, wie viel es eigentlich zu wissen gibt und wie groß der Wissensvorsprung echter Experten in dem Gebiet im Vergleich zu ihnen selbst ist.

Dieser Effekt begegnet uns überall: 80 Millionen Bundestrainer hätten besser gewusst, wie die Nationalelf zum Sieg zu führen gewesen wäre. 80 Millionen Pandemie-Experten hätten gewusst, wie man die Corona-Krise in den Griff bekommt. Und jeder, der ein Studium absolviert oder eine Berufsausbildung gemacht hat, kennt das Gefühl, nach ein paar Wochen bereits richtig gut Bescheid zu wissen, nur um nach einem Jahr zu merken, wie viel man eigentlich noch zu lernen hat.

_GEFAHR: Je mehr wir (unberechtigterweise) von unserem eigenen Wissen in einem Bereich überzeugt sind, desto eher laufen wir Gefahr, auf Fakes hereinzufallen.

_LÖSUNG: Sich seiner eigenen Inkompetenz wertfrei bewusstwerden. Vielleicht weiß der Virologe mit 30 Berufsjahren ja DOCH mehr als ich nach meinen drei angesehenen YouTube-Videos.

BESTÄTIGUNGSFEHLER

Der Bestätigungsfehler (im Englischen Confirmation Bias) besagt, dass wir selektiv nach Informationen suchen, die unsere Meinung belegen. Wir haben eine Sichtweise oder eine Meinung und ignorieren nun bewusst oder unbewusst alles, was dieser Perspektive widerspricht. Sobald wir aber eine einzelne Information finden, die uns bestätigt, springen wir begeistert darauf an. Dass wir damit Fakes Tür und Tor öffnen, ignorieren wir dabei natürlich auch.

Wir sehen ein Gewinnspiel auf Facebook, in dem ein schicker Sportwagen verlost wird. Zwar haben wir schon mal was über Fake Gewinnspiele gelesen und irgendwie sieht das ganze Ding auch doch recht unseriös aus – die Seite hat keinen blauen Haken und irgendwie ziehen sich auch ein halbes Dutzend Tippfehler durch den Gewinnspiel-Post (alles Argumente, die gegen ein seriöses Gewinnspiel sprechen würden) –, aber hey, da steht was von Teilnahmebedingungen und das würde ein Faker ja wohl nicht reinschreiben. Also schwupps, gelikt, geteilt, kommentiert und registriert. Der Confirmation Bias hat zugeschlagen.

_GEFAHR: Wir sind sperrangelweit offen für Fakes aller Art, weil wir nicht alle Informationen beachten, sondern nur die herauspicken, die uns bestätigen.

_LÖSUNG: Versuchen, alle Informationen gleichberechtigt zu betrachten, auch die, die gegen unsere Sicht oder Meinung sprechen.

BELIEVE BIAS

Leider fehlt für diesen wichtigen Effekt ein deutsches Wort („Glaubensverzerrung“ wäre passend, aber holperig). Der Believe Bias führt dazu, dass wir Informationen eher für wahr halten, wenn sie unsere aktuelle Meinung bestätigen. Auch diesem Fehler unterliegen wir alle. „Ich hab’s doch gewusst!“ jubeln wir, wenn wir eine Schlagzeile lesen, die unseren lang gehegten Verdacht bestätigt. Diese Schlagzeile halten wir nun in viel höherem Ausmaß für wahr als eine, die unseren Verdacht oder unser Gefühl als falsch entlarvt hätte. Und genau das ist ein Fehler. Denn nur, weil sie unserem Wunsch entspricht, ist sie noch lange nicht wahr(er).

_GEFAHR: Wir fallen leicht auf Falschinformationen rein und es fällt uns schwer, sie als solche zu erkennen, wenn wir so gerne wollen, dass sie wahr sind.

_LÖSUNG: Die Information kritisch hinterfragen, auch wenn es so schön wäre, wenn sie wahr wäre.

BACKFIRE-EFFEKT

Ein besonders perfider Denkfehler ist der Backfire- oder Bumerang-Effekt. Wenn wir Informationen erhalten, die unserer Meinung widersprechen, kann es sogar sein, dass wir nun NOCH fester an der Meinung festhalten, damit wir uns nicht den Fehler der ursprünglichen Meinung eingestehen müssen. Dieses Phänomen taucht insbesondere bei politischen Meinungen auf. „Die Tagesschau berichtet, dass die Flüchtlinge gar keine Ziegen geschlachtet haben? Na, das beweist ja nur mal wieder, dass die Nachrichten von der Regierung gesteuert werden und nicht frei berichten dürfen!“.

_GEFAHR: Wir verfestigen unser vielleicht falsches Weltbild immer mehr, wenn wir widersprechenden Informationen per se misstrauen und sie sogar als Beleg für die Wahrheit unserer Meinung ansehen.

_LÖSUNG: Dem eigenen Weltbild widersprechende Informationen besonders genau prüfen – aber die Möglichkeit zulassen, dass sie der Wahrheit entsprechen und wir falsch lagen.

DEKLINISMUS

Dieser Effekt leistet besonders bestimmten politischen Fake News Vorschub: Wir neigen dazu, die Vergangenheit als besser anzusehen als sie war und erwarten eine schlechtere Zukunft als sie wahrscheinlich eintreffen wird.

Besonders das rechte, aber teilweise auch das linke politische Spektrum macht sich diesen Effekt zunutze. Donald Trump wollte Amerika wieder großartig machen – wann Amerika genau großartig war, davon hat jeder seine eigene Definition. Zur Gründungszeit (als es noch Sklaven gab)? Um 1900 (als Frauen noch nicht wählen durften)? In den 50ern (als die

Rassentrennung noch Alltag war)? In den 80ern (als Aids, der kalte Krieg und die „Crack-Epidemie“ die USA im Würgegriff hatten)? Egal, Hauptsache „früher“!

Gleichzeitig wird die Zukunft düster gezeichnet. Wir sollen „umgevolt“, „dezimiert“, „gechipt“, „versklavt“ und generell unterdrückt werden.

Und all das, während wir in der sichersten, wohlhabendsten und freiesten Gesellschaft leben, die es je gab. Deklinismus scheint definitiv hervorragend zu funktionieren.

_GEFAHR: Wir fallen auf Fakes herein, weil wir unsere Ängste vor der Zukunft und unsere verklärte Vergangenheit bestätigt fühlen.

_LÖSUNG: Alte Zeitungsartikel lesen oder Dokumentationen schauen, mit alten Verwandten über früher sprechen.

VERFÜGBARKEITSHEURISTIK

Die im Englischen „availability bias“ genannte Verfügbarkeitsheuristik besagt, dass wir Informationen, die wir sofort abrufbar haben (die uns entweder direkt einfallen oder zu denen wir leicht Zugang haben) als wichtiger wahrnehmen, als sie wirklich sind. Dabei ist es für die wahre Bedeutung einer Information für eine Sachlage erst einmal egal, ob sie (ständig) in unserem Facebook Newsfeed auftaucht, wir sie ständig per WhatsApp geschickt bekommen oder ob wir sie erst nach mehrstündiger Recherche in wissenschaftlichen Datenbanken gefunden haben.

_GEFAHR: Wir schenken einer Fake News mehr glauben, nur weil sie uns auf verschiedenen Wegen oder von verschiedenen Personen erreicht. Dadurch, dass wir so einfachen Zugang zur Information haben, wird sie aber nicht wahrer oder wichtiger.

_LÖSUNG: Sich klarmachen, dass wir diesem Denkfehler unterliegen und eine Information nicht automatisch glaubwürdiger oder wichtiger ist, nur weil sie leicht verfügbar ist.

FRAMING EFFEKT

Der Framing Effekt schlägt an jeder Ecke zu und leistet auch Fakes ungemein Vorschub. Wir nehmen eine Information nicht für sich genommen, sondern im Kontext mit vielen anderen Faktoren, wahr. Und diese umgebenden Faktoren beeinflussen unsere Wahrnehmung der Information und verzerren diese oftmals stark. Ein Preisschild allein ist wenig wirkungsvoll. Setzt man aber ein „NEU“ oder „REDUZIERT!“ davor, erscheint uns der (gleiche) Preis plötzlich viel spannender. Wir empfinden auch Gummibärchen als gesünder, wenn dort „Jetzt völlig ohne Fett“ draufsteht, obwohl Gummibärchen noch nie Fett enthielten (dafür aber fast komplett aus Zucker bestehen). Ein Desinfektionsmittel mit der Aufschrift „Tötet 98 % aller Bakterien“ wird eher verkauft als eines mit der Aufschrift „Lässt 2 % aller Bakterien überleben“. Gleiche Botschaft, anderes Framing.

_GEFAHR: Wir verlieren unsere Objektivität durch das Framing einer Botschaft.

_LÖSUNG: Nur weil der Typ im Video einen weißen Kittel trägt und einen Dokortitel vor seinem Namen führt, ist die Information nicht unbedingt wahr. Natürlich auch nicht unbedingt unwahr – die Information muss für sich selbst geprüft werden, unabhängig von dem Rahmen, in dem sie aktuell präsentiert wird.

Es gibt noch deutlich mehr kognitive Verzerrungen, aber diese Auswahl wird Dir schon sehr gut helfen, Dich selbst in Deinem Denken zu analysieren. Wie gesagt – sicher ist niemand vor diesen Biases. Es hilft aber, sich ihrer bewusst zu sein und sich regelmäßig daran zu erinnern. Ich selbst versuche zum Beispiel immer, wenn ich eine Position vehement vertrete, einmal kurz innezuhalten und zu überprüfen, ob ich vielleicht einer kognitiven Verzerrung auf den Leim gehe.

Besonders wichtig ist aber: Achte darauf, wenn andere Dich auf so einen möglichen Denkfehler hinweisen. Denn bei anderen fällt einem so etwas natürlich immer leichter auf als bei einem selbst ... Und wenn jemand Dir einen Denkfehler vorwirft, muss das ja nicht stimmen. Aber kurz innehalten und mal die Liste der kognitiven Verzerrungen durchspielen, kann sehr hilfreich sein.

Diese kognitiven Verzerrungen und der damit verbundene Aberglaube betrifft nicht nur uns Menschen. Auch Tiere sind davor nicht sicher. Das hat der amerikanische Psychologe Burrhus Skinner bereits 1948 bewiesen. In seinem Experiment erhielten Tauben in Käfigen in regelmäßigen Abständen Futter. Die Tauben (die vermutlich die Regelmäßigkeit und damit auch Willkürlichkeit der Futterlieferung nicht erkannten) begannen, ihre zufällig durchgeführten Handlungen kurz vor der Futterausgabe mit der Futterlieferung zu verknüpfen – und ihre Handlung verstärkt zu wiederholen.

Hat also eine Taube zufällig mit dem Kopf genickt, kurz bevor das Futter freigegeben wurde, verknüpfte sie wohl ihre Handlung mit der Futterausgabe und begann, stärker und häufiger mit dem Kopf zu nicken. Natürlich wurde dann irgendwann wieder Futter ausgeliefert, was die Taube als Bestätigung ihrer „Theorie“ empfand und so weiter. Voilà, wir haben eine abergläubische Verhaltensweise bei einem Vogel.

Zwar lässt sich dieses Experiment nicht einfach eins zu eins auf den Menschen übertragen, aber es zeigt schön, dass Aberglauben und ähnliche Denk- und Verhaltensmuster nicht viel brauchen, um sich in den Köpfen festzusetzen. Beim Menschen sieht es da nicht viel anders aus.

Der Fake und die Corona-Krise

Extreme Situationen waren immer schon der ideale Nährboden für Fakes. Menschen sind verunsichert. Sie suchen nach (einfachen) Antworten, ihre kritische Denkfähigkeit nimmt ab. Perfekte Voraussetzungen für Faker, Betrüger und Abzocker.

Bereits aus Zeiten der mittelalterlichen Pest gibt es zahlreiche Belege für Fake News. So wurde die Pandemie den Juden in die Schuhe geschoben, die Brunnen vergiftet und so den Tod über die Welt gebracht haben sollen. Geständnisse, die unter Folter erzwungen wurden, untermauerten diese

Erklärung. Dadurch verbreitete sie sich schnell und führte zu zahlreichen Pogromen und unzähligen ermordeten Juden.¹³

Nicht nur Fake News, sondern auch sonstige Formen der Abzocke, blühten durch die Pest-Pandemie auf. Die offiziell angebotenen Mittelchen waren aus heutiger Sicht bereits so absurd, dass die Fakes fast schon lustig klingen. Mumienpulver, also tatsächlich pulverisierte Mumien, galt als wirksames Heilmittel, war aber natürlich sehr teuer (so eine Mumie findet man ja leider nicht an jeder Ecke). Also wurde es häufig mit getrocknetem, menschlichem Kot gestreckt.¹⁴ Auch andere Wundermittel wurden gefakt: Der angeblich hochwirksame, aber seltene „Bezoarstein“ aus dem Magen von Ziegen wurde durch Kot, Blut, Pech und kleingeschnittenem Gras imitiert. So viel weiter sind wir seit diesen Zeiten leider nicht gekommen: Gegen Covid-19 wurden in verschiedenen Ländern der Konsum von Kuhdung oder Kamelurin mit Limone als Wunderwaffe angepriesen. Und in den USA häuften sich nach der berüchtigten Pressekonferenz des Präsidenten die Anrufe beim Giftnotruf, weil Menschen Bleichmittel getrunken hatten – in der Hoffnung, damit dem Virus ein Schnippchen zu schlagen.

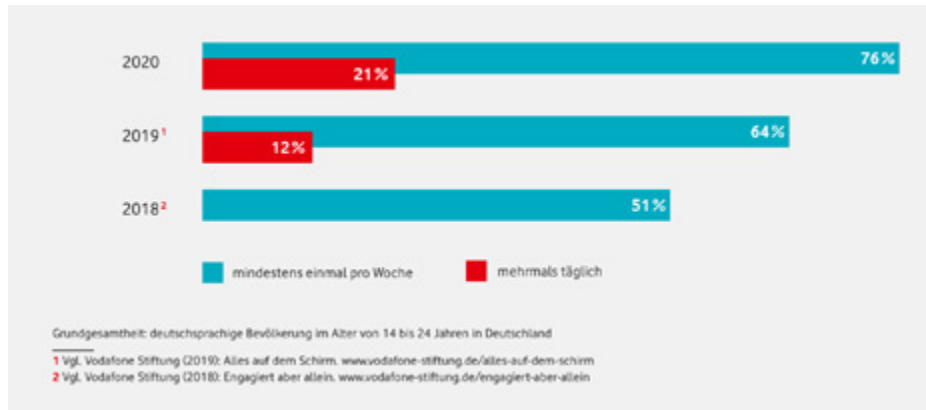
Ganz ähnlich sah es auch bei der Spanischen Grippe aus. Natürlich waren hier für viele wieder die Juden schuld. Interessanterweise gab es aus Sicht der amerikanischen Verschwörungsgläubigen aber mal einen anderen Schuldigen: die Deutschen!

Die gängigste Fake News zur Spanischen Grippe lautete nämlich, dass der gerade erst im Ersten Weltkrieg besiegte Erzfeind den Erreger über das Erkältungsmittel Aspirin in die USA und den Rest der Welt streute. Nachdem die Deutschen bereits erstmalig Giftgas eingesetzt und überhaupt den Krieg angefangen hatten, war diese Vermutung gar nicht mal so abwegig – aber natürlich trotzdem falsch. Erst als klar wurde, dass auch Deutsche massiv an der Pandemie starben, wurde diese Fake News hinterfragt.¹⁵

Auch die Corona-Pandemie macht da keine Ausnahme, was ihre Eigenschaft als Katalysator für Fakes angeht. Sehr deutlich wird das an der Ausbreitung der Fake News.

Die Studie „Die Jugend in der Infodemie“ der Vodafone Stiftung zeigte, dass 76 % der jungen Menschen angeben, mindestens einmal in der Woche mit

Fake News konfrontiert zu sein, 21 % davon sogar täglich. Im Vergleich zu 2019 hat sich die Zahl der täglichen Begegnungen mit Fake News sogar um fast 43 % erhöht.¹⁶



5: 21 % der Deutschen zwischen 14 und 24 sehen sich täglich mit Fake News konfrontiert.

Gleichzeitig geben die Jugendlichen und jungen Erwachsenen an, dass sie seit Beginn der Corona-Pandemie mehr Falschnachrichten und Fake News als zuvor sehen (73 % stimmen dem zu).

Dabei begegnen ihnen die „üblichen Verdächtigen“: Der Mund-Nasen-Schutz hat keine Wirkung oder macht sogar krank (69 % haben das bereits im Social Web oder in Messengern gelesen), das Corona-Virus gibt es gar nicht (67 %), Covid-19 ist weniger gefährlich als die Grippe (63 %), Bill Gates hat das Virus erfunden (54 %).

ÜBRIGENS ...

Ein großes Problem bei der Auswertung und Bekämpfung von Fake News ist das „Dark Social“-Phänomen. Auch wenn das erst einmal düster klingt, steckt nichts Verbotenes dahinter, sondern lediglich die Tatsache, dass ein Großteil der im Netz geteilten Informationen von außen gar nicht einsehbar ist. Dazu zählt alles, was in geschlossenen Facebook-Gruppen, aber auch in Messenger-Diensten wie Facebook Messenger,

WhatsApp oder Telegram sowie in den Chat-Funktionen der Dienste wie Instagram oder TikTok verschickt wird.

Darauf haben weder Suchmaschinen noch Analyse-Tools Zugriff. Damit ist es unmöglich, genau zu sagen, wie stark sich bestimmte Fake News wirklich verbreitet haben. Wir sehen die öffentlichen Facebook Shares und Tweets, die aber nur die Spitze des Eisbergs darstellen.

Aber nicht nur die Fake News blühten in der Corona-Pandemie auf, auch die Anzahl der Fake Bewertungen bei Amazon stieg deutlich. 2020 nahm der Anteil der Fake Bewertungen im weltgrößten Online-Marktplatz von 36 % auf 42 % im Vergleich zum Vorjahr zu.¹⁷

Für die Untersuchung zogen die Forscher 720 Millionen Amazon Rezensionen heran. Solche Spikes bei den Fake Bewertungen sehen die Forscher sonst nur vor Shopping-Ausnahmesituationen wie dem Black Friday oder in der Vorweihnachtszeit, nun aber auch in eher „ruhigeren“ Phasen zwischen März und September. Der einzige erkennbare Unterschied zum Vorjahr ist die Corona-Situation mit seinen Lockdowns und Kontaktbeschränkungen. Dadurch stiegen die Onlineshopping-Zahlen stark an und damit auch die Attraktivität für Faker und Betrüger.

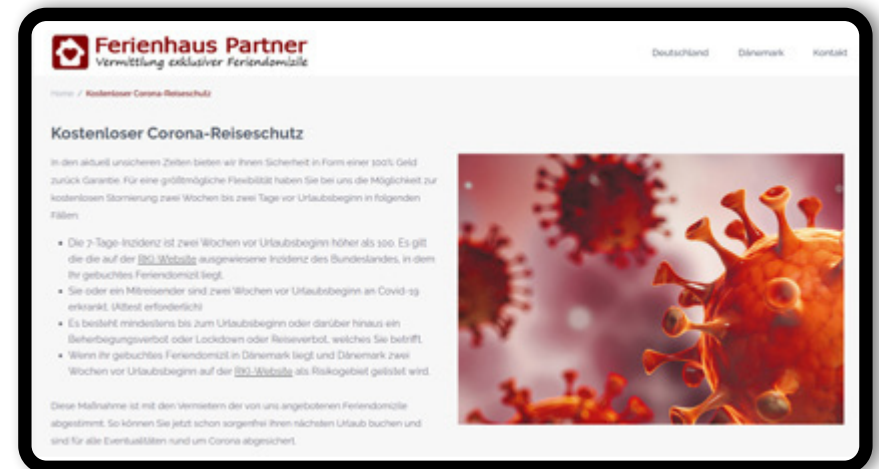
Auch Fake Shops nutzen die Corona-Situation aus. In der Hochphase im Jahr 2020 tauchte eine Vielzahl von Onlineshops auf, die vorgaben, von der Krise gebeutelte kleine Mittelständler zu sein, die Corona-Krise leider nicht überlebt zu haben und nun ihr Rest-Sortiment mit hohen Rabatten verkaufen zu müssen. Da die Begründung prinzipiell glaubwürdig ist und die Rabatte sehr attraktiv ausfallen, sind solche Shops ein effektiver Köder für leicht abzockbare Schnäppchenjäger.



6: Sieht echt aus, ist aber fake.

Auch die von den Corona-Lockdowns geplagten Familien werden mit Tricks und Fakes übers Ohr gehauen. In diesem Buch schauen wir uns neben Fake Onlineshops auch Fake Ferienhaus-Plattformen an. Da durch die Pandemie bedingt, der Urlaub in der näheren Umgebung attraktiver wurde, boomen solche Angebote – die echten wie die Fakes.

Ein großer Unsicherheitsfaktor bei der Urlaubsplanung ist: Wie sieht die Situation in einigen Monaten aus, wenn wir in den Urlaub fahren? Was ist, wenn es wieder einen Lockdown gibt – können wir den Urlaub stornieren oder müssen wir trotzdem bezahlen? Legitime Fragen, auf die die Fake Ferienhaus-Dienste natürlich auch eine passende Antwort haben. Das Fake Portal in Abbildung 7 bietet einen „Kostenlosen Corona-Reiseschutz“, der sicher viele Opfer beruhigt und zur Buchung überzeugt hat. Damit war die Urlaubskasse leider leer, denn das Geld ist auf den Konten der Betrüger verschwunden.



7: Kostenloser Corona-Reiseschutz auf einem Fake Portal.

Und sogar die Anzahl der Phishing E-Mails, also gefakte E-Mails, mit denen Nutzerdaten ausspioniert werden sollen, haben im Rahmen der Corona-Pandemie deutlich zugenommen. Da viele Unternehmen komplett auf Homeoffice gesetzt haben, bieten sich für Faker und Betrüger zahlreiche Sicherheitslücken, die sie leicht ausnutzen können.

Eine Analyse des IT-Security-Unternehmens KnowBe4 zeigte, dass im vierten Quartal 2020 deutlich mehr Phishing E-Mails mit Homeoffice-Hintergrund versendet wurden.¹⁸ Die 10 häufigsten Themen in Phishing E-Mails waren:

- 1 Passwortprüfung sofort erforderlich
- 2 Kontaktaufnahme zum Treffen nächste Woche
- 3 Update der Urlaubsrichtlinie
- 4 COVID-19 Update der Richtlinie für Fernarbeit
- 5 Wichtig: Update der Kleidungsordnung
- 6 Terminierte Server Wartung – kein Internetzugang
- 7 Deaktivierung von [E-Mail-Adresse] in Bearbeitung
- 8 Bitte prüfen Sie Ihre urlaubsrechtlichen Voraussetzungen

9 Sie wurden einem Termin in Microsoft Teams hinzugefügt

10 Benachrichtigung über Unternehmensrichtlinien:
COVID-19-Test & Rückverfolgungs-Richtlinien

Diese E-Mails spielen also ganz bewusst mit den Ängsten der Menschen: Wichtige Updates zu verpassen oder selbst einen Fehler im Umgang mit IT-Themen zu machen. Wenn jeder isoliert zu Hause sitzt, keine Kollegen um sich herumhat, mit denen man kurz über das Thema sprechen kann und vielleicht noch die vom Schul-Lockdown betroffenen Kinder um einen umher-springen, ist die Chance, abgelenkt, gestresst und verunsichert auf so einen Link zu klicken, nun mal deutlich höher. Das wissen die Faker und nutzen die Situation genüsslich aus.

Krisen wie Corona dienen als echter Turbo für Faker. Das war übrigens auch der Anlass, dieses Buch, das ich schon seit 2017 in meinem Kopf vor mir herschiebe, nun endlich zu realisieren. Ich glaube, Du verdienst einen Ratgeber, der Dir auch in Krisenzeiten eine sichere und Fake-freie Internetnutzung ermöglicht. Und ich glaube auch, dass es nach der aktuellen Corona-Krise kein Zurück mehr gibt in eine Fake-ärmere Zeit. Der Fake ist gekommen, um zu bleiben. Machen wir ihm das Leben so schwer wie möglich!

LINKTIPP

Der Bayerische Rundfunk hat unter dem Hashtag [#faktenfuchs](#) einen ziemlich guten Faktencheck auf die Beine gestellt. Im Archiv finden sich dutzende von Fakes (nicht nur) rund um Corona und andere Themen. Alle bisherigen Beiträge findest Du unter <https://fakebu.ch/faktenfuchs>.

Wie ich einmal selbst Fake News produziert habe

Ja, ich bin schuld. Ich habe vor einigen Jahren selbst einmal Fake News produziert – allerdings völlig, ohne es zu wollen. Das Ergebnis war trotzdem eine tagelange bundesweite Nachrichtenwelle, die sich im Netz unter dem Begriff [#aschenbrödelgate](#) auf dutzenden von Zeitungs-, Radio- und TV-Websites verbreitete. Da dieses Beispiel schön zeigt, wie schnell ein Fake heute in die Welt getragen wird, will ich Dir die Geschichte hier erzählen:

Ich betreibe seit vielen Jahren die Website www.weihnachtsfilme.de. Das ist ein Hobbyprojekt, auf dem ich vor allem die TV-Sendetermine von beliebten Weihnachtsfilmen aufliste. Warum? Nun, weil da offenbar eine erhebliche Nachfrage besteht. Auf der Seite tummeln sich um Weihnachten bis zu 40.000 Besucher am Tag. Durch mein eigentliches Hauptgeschäft komme ich jedoch kaum dazu, mich um die Seite zu kümmern.

Der beliebteste Weihnachtsfilm ist zweifellos „Drei Haselnüsse für Aschenbrödel“. Deshalb erstelle ich jedes Jahr eine Infografik mit allen Sendeterminen dieses Films. Diese Infografiken sind zwar optisch nicht die schönsten, aber sehr beliebt und verbreiten sich auf Facebook immer schnell.

2016 habe ich wie jedes Jahr auch eine solche Grafik zu diesem Film erstellt. Dazu gibt es natürlich auch eine passende Landingpage, in der die Grafik eingebunden war und die die Sendetermine zusätzlich als Text enthielt.

Diese Landingpage rankt gut bei Google, liefert viele Besucherinnen, wird immer ganz ordentlich geteilt. Alles gut.

Da das Thema Weihnachtsfilme ein „Saisongeschäft“ ist, habe ich am 19.03.2017 die Landingpage schon ein bisschen für die nächste Saison umgestellt und alle Nennungen von „2016“ durch „2017“ ausgetauscht. Ansonsten blieb die Landingpage unverändert. Mein Plan war, irgendwann im Oktober mal zu schauen, ob es schon neue Sendetermine gibt und dann auch die genauen Termine und die Grafik auszutauschen. Bis dahin blieb einfach noch die alte Infografik eingebunden. Über das Jahr kommen ja eh keine Besucher auf die Seite, dachte ich. Dummerweise enthielt die Grafik selbst keine Jahreszahl – diese ging nur aus dem begleitenden Text hervor – und dort stand nun schon überall 2017.

3 Haselnüsse für Aschenbrödel		
27.11.	12:00	KiKa
04.12.	13:50	WDR
10.12.	14:30	ARD
23.12.	23:30	WDR
24.12.	12:10	ARD
	18:05	WDR
	20:15	ONE
25.12.	08:45	BR
	10:30	NDR
26.12.	09:00	RBB
	18:00	NDR

8: Diese Infografik aus 2016 war 2017 noch auf der Landingpage eingebunden – die Termine stammten aber noch aus 2016.

Ich habe nicht damit gerechnet, dass jetzt schon jemand (also im frühen Herbst 2017) die Landingpage findet und im Social Web teilt. Genau das passierte aber. Und damit nahm das Übel seinen Lauf ...

Am 10.10. stieß offenbar der Twitter-Nutzer @DerWachsame auf die Seite und hielt die Termine für aktuell. Kein Wunder, die Überschriften und Texte enthielten ja schon den Hinweis auf 2017 und die Infografik selbst (die zu dem Zeitpunkt noch eingebettet war) nannte nur Tag und Monat, aber ohne Jahreszahl. Meinen Hinweis auf der Landingpage, dass die Termine dort veröffentlicht werden, sobald sie bekannt seien, übersah er offenbar. Ganz so wachsam war DerWachsame in diesem Fall anscheinend nicht ...

3 Haselnüsse für Aschenbrödel		
27.11.	12:00	KiKa
04.12.	13:50	WDR
10.12.	14:30	ARD
23.12.	23:30	WDR
24.12.	12:10	ARD
	18:05	WDR
	20:15	ONE
25.12.	08:45	BR
	10:30	NDR
26.12.	09:00	RBB
	18:00	NDR

9: Mit diesem Tweet kam der Stein ins Rollen.

Und so twitterte er eben die Infografik, leider (natürlich) ohne die Quelle zu nennen oder gar zu verlinken. Zum Glück hatte ich in die Infografik aber das Website-Logo eingebaut. So war indirekt doch ersichtlich, woher die Grafik stammt.

Tja, nun war das Gerücht in die Welt gesetzt. Schnell verbreitete sich die frohe Kunde im Netz: Die neuen Aschenbrödel-Sendetermine sind da! Allein der Original-Tweet erhielt 190 Retweets und über 500 Likes.

Und jetzt kommt der schlampige Journalismus ins Spiel. Denn in Windeseile übernahmen diverse Zeitungen die Termine für ihre Online-Portale. Übrigens, ohne die Grafik zu verwenden oder gar die Quelle zu nennen. Sie wiesen einfach auf die neuen Sendetermine hin oder listeten diese selbst auf.

Ich habe ca. drei Dutzend Zeitungen gezählt. Schnell waren auch RTL und einige Radiosender am Start, die online über die vermeintlichen Sendetermine berichteten. Ebenfalls einige Ableger von großen Medien wie ze.tt (gehört zu ZEIT). Auch diese Artikel und Posts wurden teilweise hunderte Male kommentiert und gelikt.

Ich habe sogar einige Medien gefunden, die aus meinen Terminen (vom letzten Jahr) eigene Grafiken gebastelt und diese auf Facebook verbreitet haben. Die beliebte Sprüche-Seite „Made My Day“ erzielte mit ihrer Version der Grafik sogar über 20.000 Likes und über 1.300 Kommentare.

Ich selbst muss zugeben, ich habe davon erst abends erfahren. Ich hielt tagsüber ein Seminar und bekam nichts von der Welle mit, die da entstand. Über Twitter wurde ich von einem Journalisten gefragt, was denn mein Kommentar zum #Aschenbrödelgate sei. Damit wusste ich nichts anzufangen. Erst durch einige Direktnachrichten konnte er mir erklären, was denn überhaupt passiert war.



Ein Blick in meinen E-Mail-Posteingang zeigte mir dann, dass auch ein weiterer Journalist nachgefragt hatte, woher denn die Termine stammen, die seine Kollegen da alle so fleißig veröffentlichen. Denn die ARD wisse auf seine Nachfrage hin noch gar nichts von Sendeterminen.

Die Mitteldeutsche Zeitung war meines Wissens die erste, die über den Irrtum aufklärte. Auch das wurde wieder von vielen anderen Zeitungen aufgegriffen, sogar mehr als die, die über die ursprünglichen Sendetermine berichtet hatten. Der Begriff „Aschenbrödel-Affäre“ hat sich offenbar für den Fall etabliert. Das Thema „Wie konnte das passieren? Falsche Zeiten für „Drei Haselnüsse für Aschenbrödel“ im Umlauf“ hat es bei T-Online sogar in die Top-Nachrichten des Tages geschafft.

Eine harmlose und recht unterhaltsame Geschichte, oder? Ja und nein. Hier ist niemandem Schaden entstanden. Ein kleiner Aufreger in der grauen Herbstzeit und weiter zum nächsten Thema.

Die Geschichte zeigt aber auch anschaulich, wie Fake News entstehen können. Ein Twitter-Nutzer behauptet ungeprüft irgendetwas, viele Menschen wollen, dass es wahr ist und leiten es ungeprüft weiter. Dann noch eine gute Prise schlampiger Journalismus und schon ist der Fake in der Welt. Genau das passiert im Netz jedes Jahr tausendfach. Und genau das schauen wir uns im nächsten Kapitel einmal genauer an.





Was Du tun kannst:

10 Tipps für mehr Sicherheit im Internet

Letztlich liegt die Verantwortung bei Dir. Weder die Behörden noch die Plattformen werden Dich langfristig vor Fakes schützen, deshalb musst Du das Heft selbst in die Hand nehmen. Dieses Buch war ein sehr guter Schritt dazu – Du kennst jetzt viele Arten von Fakes und weißt, worauf Du achten musst. Sei Dir aber immer bewusst, dass ich hier nur Beispiele zeigen konnte. Es gibt von all diesen Fakes weitere Spielarten und Varianten und darüber hinaus natürlich noch eine Unmenge an weiteren Fakes, Abzocken und Gefahren. Also halte die Augen offen und bleib wachsam. Und nutze die folgende Liste als Guideline – sie wird Dir viel Ärger ersparen.

1 GEHIRN EINSCHALTEN UND SKEPTISCH BLEIBEN!

Vor allem bei Finanztransaktionen und im Onlineshopping, aber auch sonst: Schalte Deinen Kopf ein. Kann das, was Du gerade siehst, wirklich echt sein? Passt das zu dem, was Du sonst über die Welt und vor allem über Fakes weißt? Nimm Dir lieber ein paar Sekunden mehr Zeit, um nochmal genau hinzuschauen, es lohnt sich.

2 NICHT AUF VERDÄCHTIGE LINKS ODER LINKS VON UNBEKANNTEN ABSENDERN KLICKEN!

Du hast eine Nachricht oder E-Mail bekommen, die Dir verdächtig erscheint? Klicke nicht auf die Links. Gleiches gilt für Links von unbekannten Personen. Klicke nicht drauf. Das erspart Dir viel Ärger.

3 GENAU HINSCHAUEN!

Schau genau hin, wohin etwa ein Linkziel führt. Ist es wirklich die Domain, auf die Du gelangen möchtest? Wenn Du in einem Onlineshop bezahlst – steht oben in der URL wirklich die richtige Adresse des Zahlungsanbieters? Wenn eine Linkvorschau bei Facebook angezeigt wird – ist das wirklich die URL von Focus, Bild oder Forbes, oder eine vielleicht nur ähnlich klingende Domain? Wenn Du Deine Zugangsdaten bei Facebook oder Instagram eingeben sollst – bist Du wirklich bei Facebook oder Instagram?

4 KEINE UNBEKANNTEN ANHÄNGE ÖFFNEN ODER DATEIEN RUNTERLADEN!

Auch Anhänge in E-Mails oder Downloads im Netz – lieber einmal weniger öffnen als einmal zu viel.

5 2-FAKTOR-AUTHENTIFIZIERUNG IN ALLEN KANÄLEN!

Richte überall da, wo es möglich ist, die 2-Faktor-Authentifizierung ein, also zum Beispiel bei PayPal, Google, Facebook, Instagram oder TikTok. Meist kannst Du Dein Gerät abspeichern, so dass Du den zweiten Faktor nur brauchst, wenn Du Dich von einem neuen Gerät oder Browser einloggst. Das ist dann einen Tick aufwändiger, aber viel sicherer.

6 GEHE KLUG MIT DEINEN PASSWÖRTERN UM!

Verwende unbedingt kryptische Passwörter, die sich weder erraten noch hacken lassen. Idealerweise nutzt Du 15 Zeichen, und zwar Klein- und Großbuchstaben, Sonderzeichen und Zahlen. Verwende für jeden Dienst ein eigenes Passwort und ändere die Passwörter regelmäßig. Zwei bis drei Euro im Monat für einen professionellen Passwort-Manager wie 1Password oder LastPass sind gut investiertes Geld. Und gib Deine Passwörter niemals weiter.

7 GOOGLE IST DEIN FREUND!

Wenn Du Dir unsicher bist – such bei Google danach. Ein paar Stichworte aus der Newsmeldung, der Name des verdächtigen Shops oder das Foto eines netten Kontakts im Flirt-Chat. In vielen Fällen findest Du sofort eindeutige Hinweise auf den Fake. Natürlich sollte man nicht alles blind glauben, was bei Google gelistet ist, aber bei der Verifizierung von eventuellen Fakes leistet die Suchmaschine hervorragende Arbeit.

8 ACHTE AUF DEINE SOFTWARE!

Halte Deine Software (wie ein Betriebssystem am PC oder Handy, einen Internetbrowser etc.) immer auf dem neuesten Stand. Nutze eine gute Sicherheitssoftware (Firewall und Virenschutzprogramm). Lade vor allem keine Software von unbekannten Quellen herunter.

9 VORSICHT VOR USB-STICKS!

Dir wird von einer unbekannten Quelle ein USB-Stick geschenkt, es lag einer in Deinem Briefkasten oder Du hast einen auf der Straße gefunden?

Stecke ihn NICHT in Deinen Rechner. USB-Sticks sind eine der beliebtesten Methoden, um Viren und andere Malware zu verbreiten.

10 ABONNIERE DIE WICHTIGSTEN QUELLEN!

Halte Dich gern bei Mimikama, Der Goldene Aluhut, Correctiv, Klicksafe und anderen Quellen (die Du ja alle in diesem Buch kennengelernt hast) auf dem Laufenden. Diese Seiten informieren Dich zum Beispiel auf Facebook oder in ihren Newslettern über aktuelle Hoaxes, Fake News, Fake Onlineshops oder sonstige Bedrohungen. Das auch noch völlig kostenlos. Für Spenden sind die Einrichtungen übrigens jederzeit dankbar.

Damit wünsche ich Dir weiterhin eine möglichst sichere und angenehme Reise durchs Internet. Die Entwicklung ist unglaublich dynamisch und die nächsten Jahre bleiben definitiv spannend.

Viel Spaß dabei!

***Fake News* legen gezielt die
Axt an unsere Demokratie an,
dies haben wir während der Pandemie
noch einmal ganz besonders gespürt.
Eine wehrhafte Demokratie muss auf
solche Phänomene reagieren können.
Nur informierte und aufgeklärte
Bürgerinnen und Bürger können sich
selbstbestimmt und verantwortungsbewusst
in dieser sich immer schneller entwickelnden
digitalen Welt bewegen.**

– Dorothee Bär MdB,

Staatsministerin bei der Bundeskanzlerin und
Beauftragte der Bundesregierung für Digitalisierung –



#FAKE
DER VORTRAG ZUM BUCH

Buchen Sie **#FAKE** für Ihre Veranstaltung.

Top 100 Keynote Speaker Felix Beilharz nimmt Ihre Teilnehmer:innen und Kund:innen mit auf eine faszinierende Reise in die Welt der Fakes. Kuriose Beispiele, viele Aha-Erlebnisse, viel zu lachen und natürlich hilfreiche Tipps zur Vermeidung von persönlichen oder wirtschaftlichen Schäden durch Fakes im Internet.

Dieser Vortrag wird in zwei Varianten für B2B- und B2C-Veranstaltungen angeboten und eignet sich u. a. perfekt für Kundenabende, Unternehmertage, Großevents oder Online-Veranstaltungen.

INFOS UND BUCHUNG UNTER

[FELIXBEILHARZ.DE/FAKE-VORTRAG/](https://felixbeilharz.de/fake-vortrag/)



ÜBER FELIX BEILHARZ



Felix Beilharz ist „einer der führenden Berater für Online- und Social Media Marketing“ (RTL). Er „zählt zu den besten Rednern Deutschlands“ (Westdeutsche Allgemeine Zeitung).

Der Diplom-Wirtschaftsjurist beschäftigt sich seit 2001 mit den Möglichkeiten, die Online Marketing für Unternehmen bietet.

Als Autor hat er 10 Bücher veröffentlicht, die es teilweise, für Fachbücher eine Seltenheit, in die Top 20 der Amazon-Bestsellerliste (gesamt) schafften. Die Fachzeitschrift w&v nennt ihn einen der „Top-Influencer im Online Marketing“ und einen „digitalen Meinungsmacher, den man kennen sollte“. Für die ZEIT und die Süddeutsche ist er einfach der „Online-Experte“ – daher auch sein Slogan.

Felix Beilharz lehrt Online Marketing und Social Media an mehreren Universitäten und Hochschulen, trainiert Unternehmen, Behörden und Organisationen und wird in Europa und den USA als Speaker gebucht. Er gilt daher als „einer der bekanntesten Experten für Online Marketing“ (Rhein-Main-Presse). Eigene Weiterbildungen an den Universitäten Harvard und Cornell sowie die Berufung zum Digital Expert in Facebooks „Lernen mit Facebook“-Digitalkompetenzen-Programm runden sein Profil ab. Darüber hinaus ist er Experte im exklusiven "XING Insider"-Programm, im Forbes Coaches Council sowie Instructor bei LinkedIn Learning, dem Weiterbildungsprogramm von LinkedIn.

felixbeilharz



KOMPETENZ IN DEN MEDIEN

In den Medien ist Felix Beilharz seit vielen Jahren regelmäßiger Gast als Experte und Meinungsmacher. Nicht nur TV-Sender wie Das Erste, RTL, SAT.1, NDR, WDR oder VOX oder Radiosender wie 1Live, SWR oder WDR5 setzen auf seine Expertise, sondern auch wichtige Print- und Online-Angebote wie das Handelsblatt, die Süddeutsche Zeitung, der Focus oder die Frankfurter Allgemeine Zeitung.



DAS WAR'S NOCH LANGE NICHT

Felix Beilharz hält Dich als Digital Native und Online-Pionier natürlich auch im Internet über die Themen Digitalisierung, Online Marketing, Social Media und Generation Z auf dem Laufenden. Folge ihm und verpasse keine wichtigen News, Infos, Tipps und Tricks.

BLOG

<https://felixbeilharz.de/blog>

Regelmäßige Berichte, Analysen, How-to-Artikel und Aktionen

NEWSLETTER

<https://felixbeilharz.de/gratis>

Regelmäßige Tipps vom Experten per E-Mail

FACEBOOK

<https://facebook.com/felixbeilharzde>

Über 20.000 Fans können nicht irren

INSTAGRAM

[@felixbeilharz](https://instagram.com/felixbeilharz)

Einblicke in die digitale Welt und das Leben eines Keynote Speakers

YOUTUBE

<https://www.youtube.com/user/felixbeilharzde/>

Online Marketing Videos für Einsteiger und Fortgeschrittene

LINKEDIN

<https://linkedin.com/in/felixbeilharz/>

Professionelle Vernetzung und wertvoller Content

XING

https://www.xing.com/profile/Felix_Beilharz

Regelmäßige Artikel als XING INSIDER

„Nur informierte und aufgeklärte Bürgerinnen und Bürger können sich selbstbestimmt und verantwortungsbewusst in dieser sich immer schneller entwickelnden digitalen Welt bewegen.“

Dorothee Bär – MdB, Staatsministerin bei der Bundeskanzlerin und Beauftragte der Bundesregierung für Digitalisierung.

Im Internet lauert der *Fake* an jeder Ecke.

Und er tritt in vielen Formen auf: Er bringt arglose Onlineshopper in Fake Shops um ihr Geld, trickst Social Media Nutzer in Fake Gewinnspielen aus, gaukelt uns mit gefälschten Profilen die große Liebe vor und beeinflusst durch Fake News unsere Wahlen. Eine ständige Bedrohung sowohl für den Einzelnen als auch für den gesellschaftlichen Zusammenhalt und die Demokratie.

In diesem Buch nimmt Dich Felix Beilharz, „einer der führenden Berater für Online- und Social Media Marketing“ (RTL), mit auf eine Reise in die Untiefen der Fake Welt. Er spricht mit rücksichtslosen Betrügern, engagierten Polizisten und wütenden Lehrern. Und zeigt Dir gleichzeitig, wie Du Dich vor Fakes aller Art wirksam schützen kannst. Egal, ob Fake Bewertungen, Fake Influencer, Fake E-Mails oder Fake News – dieses Buch ist Dein Wegweiser in ein sicheres Internet.

felixbeilharz



„Das vorliegende Buch von Felix Beilharz ist so wichtig. Es zeigt anhand vieler konkreter Beispiele, wie wir uns gegen Fakes schützen können.“

Ranga Yogeshwar

Wissenschaftsjournalist und TV-Moderator



„Deinen Beitrag mit diesem Buch im Kampf gegen Fakes halte ich für extrem wichtig. Toll, dass Du das machst!“

Volker Schenk

Vize-Football-Europameister und TV-Moderator



„Geballte Fakten rund um Fakes! Erschreckend, wie die digitale Manipulation unser aller Leben massiv verändert. Und erhellend, wie jede/r einzelne von uns ganz praktisch Fakes entlarven und ihnen die Macht entziehen kann. Kurz: Die Welt braucht dieses Buch!“

Inge Bell

Menschenrechtsaktivistin



„In einer Welt, in der Fake News und falsche Propheten immer mehr Aufmerksamkeit bekommen, ist die Zeit für dieses Buch gekommen. Das Lesen hat auch mir die Augen geöffnet.“

Felix Thönnessen

*„Die Höhle der Löwen“-
Coach, Autor und Investor*



ISBN 978396668108