fit for news

Desinformationen erkennen

Zur Vorbereitung auf den Journalistenbesuch im Rahmen von „Journalismus macht Schule“ (JmS)

für die Mittelstufe

(Vertiefungsversion)

Herausgegeben vom

Europäischen Institut für Journalismus- und Kommunikationsforschung gem. e.V.
Menckestraße 27
04155 Leipzig

Konzeption und Inhalt:
Prof. Dr. M. Haller (verantw.), Stephan Gert, Albrecht Jugel, Stefan Möck

Das Wichtigste in Kürze

Was ist das Ziel von *fit for news*?

Die Unterrichtseinheiten (Module) sollen Schülerinnen und Schüler (SuS) zeigen, wie sie mit Informationen kompetent umgehen können. Die SuS lernen beispielsweise, wie man zutreffende Informationen erkennt, nach welchen Kriterien man Tatsachen von Meinungen unterscheidet, wie Quellen identifiziert, verlässliche Informationen recherchiert werden können.

Wie ist *fit for news* aufgebaut?

Fit for news besteht aus neun Unterrichtseinheiten. Diese sind modular konzipiert. Die Basis jeder Einheit ist eine PowerPoint-Präsentation (per Beamer oder Whiteboard), mit denen der Unterrichtsstoff ebenso wie Fallbeispiele präsentiert werden (Windows 2010, Office 2016).

Woher weiß ich, was ich den Schülern in den Einheiten vermitteln soll?

Die Lehrerinnen und Lehrer können sich an dem vorliegenden Handbuch orientieren. Es enthält zu den jeweiligen Tafelbildern Erläuterungen, Unterrichtsempfehlungen sowie Hintergrund-informationen (digital: siehe Power Point „Notizzettel"-Ansicht).

Gibt es Übungen? Kann ich auch eigene Übungsbeispiele einbauen?

Jede Einheit bietet zusätzlich Vorlagen für Schüler-Lehrer-Diskussionen und Gruppenarbeiten. Selbstverständlich können diese um eigene Übungsbeispiele ergänzt werden.

Wie lang sind die Unterrichtseinheiten?

Die Unterrichtseinheiten dauern zwischen 30 und 60 Minuten. Die Dauer ist davon abhängig, wie viele Übungsangebote in der jeweiligen Einheit genutzt werden und welche Bearbeitungszeit den Schülern dafür gelassen wird. Die ungefähren Zeitangaben sind am Beginn der Einheit angegeben.

Wo finde ich das Unterrichtsmaterial?

Das gesamte Unterrichtsmaterial (Lehreinheiten als Power-Point-Folien, Übersichten, Arbeitsblätter, Zusammenfassungen, Leitfäden für Übungen, Begleitmanual) kann auf der Website www.fitfornews.de im Bereich „Zu den Lehr-/Lerneinheiten" bezogen werden. Das dafür notwendige Passwort erhalten Sie von uns → Anfrage unter der E-Mail: info@eijc.eu.

Darf ich die Einheiten von *fit for news* an andere Lehrende weitergeben?

Die Einheiten von fit for news können unter Einhaltung des Copyrights an Kolleginnen und Kollegen weitergegeben werden. Wir bitten dazu um eine kurze Rückmeldung unter der E-Mail: info@eijc.eu.

EIJK | Europäisches Institut für Journalismus- und Kommunikationsforschung e. V.

Zweck/Ziel dieser Folie

Diese Einheit dient der Vorbereitung des Journalistenbesuchs

Ansprache an die Schülerinnen und Schüler (SuS)

*Die kursiv gedruckten Texte in den Textboxen dienen als **Vorschlag** für das Gespräch mit den SuS (Sie können diese Texte auch vorlesen).*

Normalschrift = Hinweise und Erläuterungen für die (L)

Dauer: **45 oder 90 Minuten**. In der „Übersicht und Ablaufplan“ im Downloadbereich finden Sie Hinweise, welche Auslassungen und Kürzungen wir für die Durchführung **in 45 Minuten** empfehlen.

Diese Unterrichtseinheit zeigt einfache methodische Schritte einer journalistischen Faktenüberprüfung. Sie dient zugleich der <u>Vorbereitung</u> des JmS-Besuchs zum Thema „Wie Journalisten glaubwürdig informieren“. Die Einheit kann in einer Unterrichtsstunde durchgenommen werden oder in zwei Stunden aufgeteilt werden. Die SuS benötigen idealerweise ein digitales Endgerät für die Rechercheübungen (geeignet: Tablet-PC). Dieses Manual dient als Leitfaden für die Unterrichtsgestaltung. Im Verlauf des Unterrichts auftauchende Fragen der SuS sollten gesammelt und an die Journalisten weitergereicht werden, damit sie beim Schulbesuch darauf eingehen.

<u>Hinweise zu dieser Lehreinheit</u>

Im Mittelpunkt dieser Lehreinheit steht das, was gemeinhin „Fakten checken“ genannt wird: das Überprüfen von Informationen, die den Jugendlichen auf Social Media-Plattformen und Online-Medien begegnen.

Ihr Lernziel ist
a.) die Befähigung zur Reflexion des eigenen Informationsverhaltens sowie
b.) Grundverständnis der Qualität von Informationen, die Aussagen über die reale Welt machen (sollen) und Inhalt journalistischer Medien sind.

Eine deutlich vertiefte Darstellung und Diskussion der Nachrichten (News) und Informationsüberprüfung (Aufdecken von Fake News) bietet die „fit-for-news“-Lehreinheit Nr. 7 (zwei Niveaustufen).

Zweck/Ziel dieser Folie

Aufbau der Gesamteinheit

Aufwärmgespräch mit den SuS:

Frage an die SuS: Wenn Ihr an eure Handynutzung denkt: Welche Erfahrungen habt ihr mit unwahren Informationen, mit Falschdarstellungen und sog. Fake News schon gemacht?

Im Gespräch auf den Unterschied zwischen fiktionalen Inhalten, beliebigen privaten Videos und nachrichtlichen Inhalten – woher kommen die News? – eingehen.

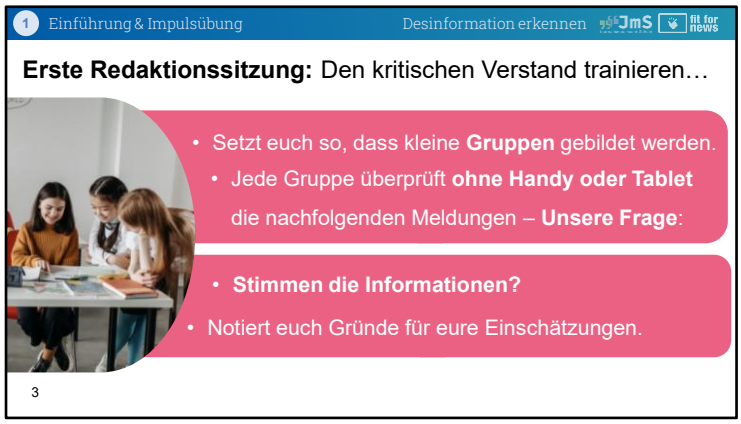
Gesprächsziel: Vertiefende Kenntnisse vermitteln und Sinnverstehen wecken für den Unterschied zwischen informierenden Mitteilungen (auch schon in vielen Chats!), Meinungsäußerungen und sonstigen Angeboten und Feeds (Unterhaltung, Spaß, Gaming usw.)

Hintergrund

Mediennutzung junger Menschen

Der *Reuters Digital News Report* untersucht periodisch das Informationsverhalten der Bevölkerung. Der Studie von 2025 zufolge informiert sich jeder Zweite unter den 18- bis 24-Jährigen regelmäßig auf Plattformen der Sozialen Medien wie *TikTok & Instagram*. Für ein Drittel sind sie die wichtigste Nachrichtenquelle.
Das lineare Fernsehen ist nur noch für ein Drittel der Befragten eine wichtige Informationsquelle;
unter den Erwachsenen gilt dies noch für 61%.
https://leibniz-hbi.de/hbi-publications/reuters-report-2025-ergebnisse-fuer-deutschland/ (Abruf: 26.08.26)

Über Jugendliche und Falschinformationen
→ nächste Folie



Zweck/Ziel dieser Folie

Gespräch: Aufforderung zur Gruppenbildung

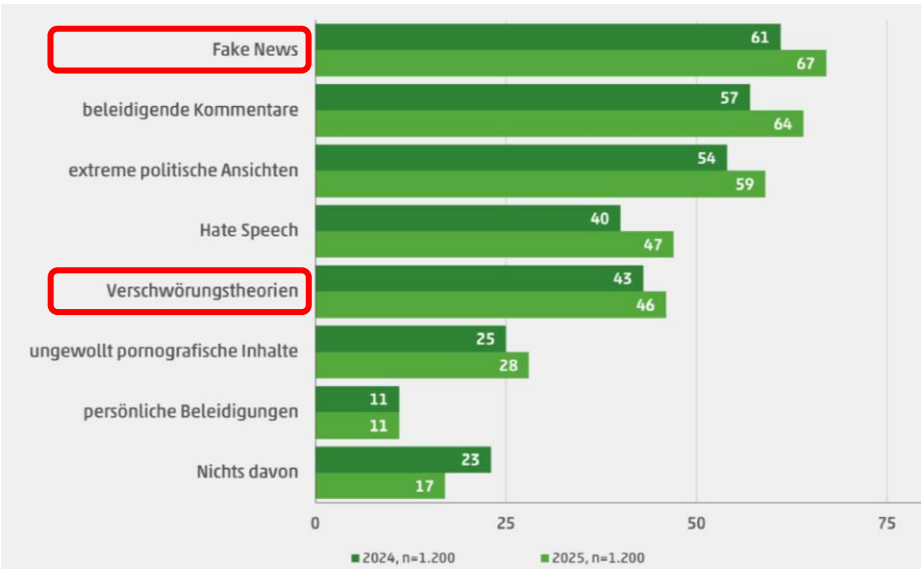
Aufwärmübung mit den SuS:

Die SuS in Dreier- oder Vierer-Gruppen unterteilen. Die Nutzung persönlicher Mobiles oder Tablets sollte untersagt werden.
Sinn der Übung ist es, neben den eigenen Vorurteilen den kritischen Blick (Skepsis) zu entwickeln: Kann das sein?

Die drei Beispiele werden auf der folgenden Folie gezeigt.

+++

Hier Befunde aus der JIM-Studie (2025) zum Item: „Mir sind im letzten Monat im Internet begegnet…“:

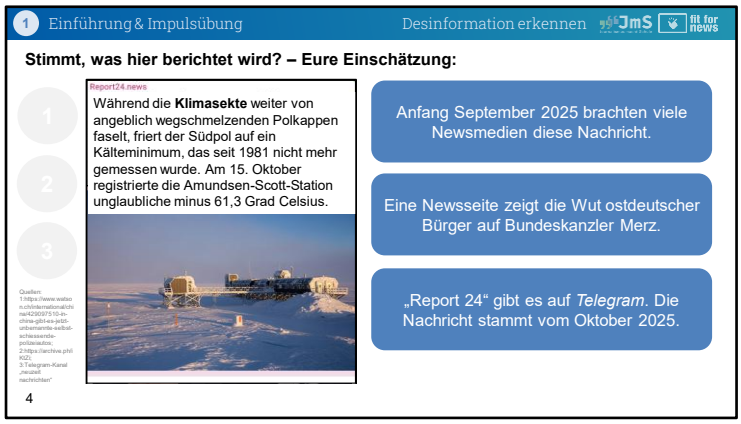


Quelle: Jim Studie 2025 (12- bis 19-Jährige)

Hintergrund

Über Kenntnisse der Jugendlichen in Bezug auf **Falschinformationen und Fake News** gibt die im November 2025 publizierte JIM-Studie Auskunft (=Repräsentativbefragung von Jugendlichen zwischen 12 und 19 Jahren). Demnach sagen 67 Prozent, sie hätten „im letzten Monat“ Fake News entdeckt (Vorjahr: 61%). Unklar ist, wie viele Fakes wirklich erkannt wurden. So oder so ist der Anstieg auffällig.

Eine im Auftrag von Vodafone durchgeführte Erhebung zum selben Thema differenziert nach Altersgruppen: Die 12- bis 13-Jährigen zeigen Schwierigkeiten, Satire und Werbung von Nachrichten zu unterscheiden. Die 18-Jährigen sind kompetenter, aber sagen, dass sie KI-generierte Inhalte (auch Deep Fakes) kaum erkennen könnten. Diese Studien belegen, dass Fake News heute zum Alltag gehören. Entsprechend hoch ist der Bedarf an Informationskompetenz.



Zweck/Ziel dieser Folie

Sensibilisierung für Merkmale und verschiedene Formen von Falschmeldungen

---

Forts. Aufwärmübung mit den SuS

Hier seht ihr 3 Meldungen, die auf den Sozialen Medien verbreitet wurden. Lest Sie Euch durch und schätzt die Glaubwürdigkeit ein. Stimmt, was berichtet wird?
Wenn nicht: Glaubt ihr, es handelt sich um bewusste Falschinformation?
Wenn ja: Woran macht Ihr das fest?

→ **Klick**: nacheinander erscheinen drei Meldungen. Die SuS sollen sie durchlesen und einschätzen

→ Die **Auflösung** folgt auf der nächsten Folie

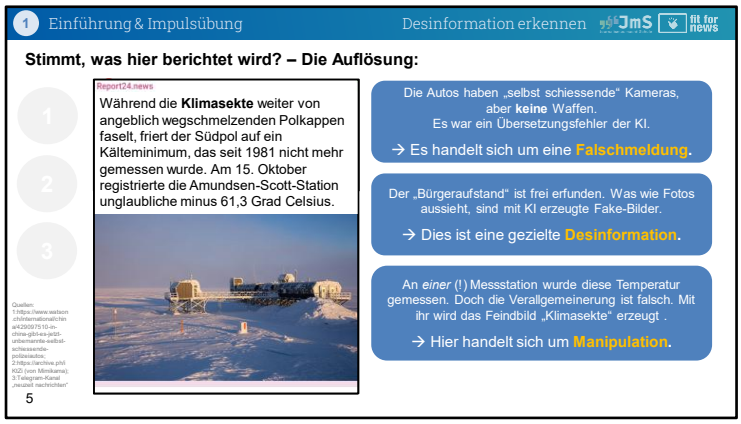
Hintergrund

Wie Falschinformationen entstehen

Vor allem auf *TikTok, X, Telegram* und *Instagram* verbreiten Personen und Gruppen immer wieder erfundene Storys und Behauptungen. Und oft werden diese von vielen Nutzern geteilt und in die Chats der Messengerdienste (WhatsApp u.a.) gespült.

Falsche Informationen entstehen oft, weil vermeintlich authentische Bilder und Fakten zu einer neuen Aussage zusammengebaut werden, um damit etwas „beweisen“ zu wollen. So ist es auch bei mehreren unserer Übungsbeispiele.

Ganz andere Ausmaße erzeugen die Troll-Fabriken und politischen Netzwerke zur Desinformation. Sie sind meist staatlich gelenkt und überfluten das Internet mit irreführenden Darstellungen. Russlands Desinformationsnetzwerk ist mit sog. Storm-Gruppen, mit ‚War on Fakes‘ und der ‚Doppelgänger‘-Produktion verknüpft. Mehr dazu unter: Wikipedia.



Zweck/Ziel dieser Folie

Sensibilisierung für Merkmale und Formen von Falschmeldungen

Aufwärmübung mit den SuS

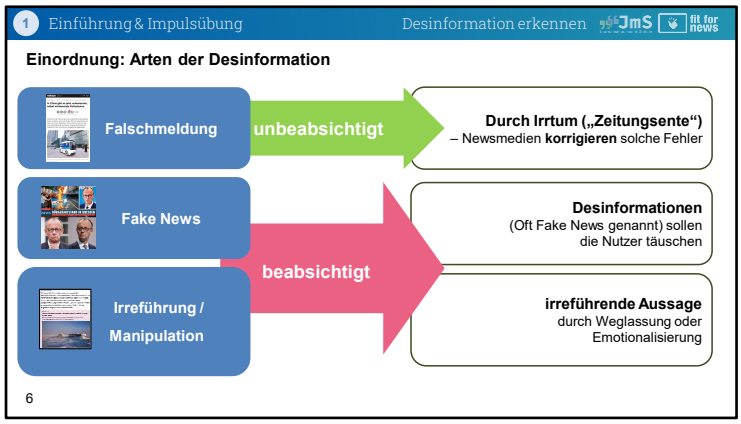
Wir lösen jetzt einen Post nach dem anderen auf.
Gebt zuerst eure Einschätzung hören: Stimmt, was berichtet wurde? Wenn nicht: Handelt es sich eher um eine bewusste oder ungewollte Falschinformation? Und ganz wichtig: Woran habt ihr das festgemacht – also welche Hinweise oder Kriterien habt ihr entdeckt?

→ **Klick**:

1: Falschmeldung, die im Sommer 2025 von mehreren deutschen News-Medien publiziert wurde, dann in den Sozialen Medien. Wie eine Richtigstellung in den Medien aussieht, können Sie hier am Ende des Artikels zeigen: https://www.chip.de/news/auto-fahrrad/china-autonome-polizeiautos-sollen-fuer-mehr-sicherheit-sorgen_238934f2-ad86-4b47-b297-f29a07db9aef.html (Abruf: 26.08.2026)

2: mehr dazu im **Faktencheck** bei mimikama: https://www.mimikama.org/kein-buergeraufstand-in-dresden-ki-bild/

3: ***report24.news*** gehört zum Alternativmedienimperium der österreichischen rechtsextremen Partei FPÖ, mehr dazu: https://kontrast.at/fpoe-medien/ Recherchen von *Correctiv* deckten bereits 2021 irreführende Inhalte auf.



Zweck/Ziel dieser Folie

Definition oder Arten von Falschmeldungen

Auflösung Übung 1 /

Einordnung: Arten der Falschinformation

Falschmeldung (auch Zeitungsente): eine unzutreffende Meldung. Grund ist oftmals eine fehlerhafte oder nachlässige Recherche, manchmal auch die ungeprüfte Übernahme eines Textes, den der KI-Chatbot produziert hat (wie in diesem Fall). Betroffene Personen können vom Newsmedium Richtigstellung verlangen (Rechtsanspruch).

Desinformation: ist die bewusste Verbreitung unzutreffender (falscher) Nachrichten. Meist werden damit politische Ziele verfolgt. Nachweislich betreibt z.B. Russland in den Sozialen Medien umfangreiche Desinformationskampagnen, um russlandkritischen Politkern zu schaden.

Irreführung / Manipulation: hier werden – für sich genommen meist zutreffende – Fakten durch falsche Kontextualisierung (framing) oder durch Vermischung mit Meinungen (oft in Verbindung mit Bildern zur starken Emotionalisierung) zur Irreführung eingesetzt.

→ Mehr hierzu in der 2. Lehreinheit über „Manipulation“.

Hintergrund

Desinformation, Fakes oder Falschmeldung?

Die Bezeichnungen werden in der Medienforschung uneinheitlich gebraucht. Hier zwei hilfreiche Literaturhinweise (kostenlos abrufbar):

- Judith Möller, Michael Hameleers, Frederik Ferreau: Typen von Desinformation und Misinformation (…) aus kommunikationswissenschaftlicher und rechtswissenschaftlicher Perspektive. Hrsg. Von ALM GbR Berlin 2020. https://www.lfk.de/fileadmin/PDFs/Publikationen/Studien/Typen-von-Desinformation-und-Misinformation/typen-von-desinformation-und-misinformation.pdf
- Christian Pieter Hoffmann: Fake News, Misinformation, Desinformation. In: Von der Informationen zur politischen Bildung Nr. 355/2023, Berlin: bpb https://www.bpb.de/shop/zeitschriften/izpb/medienkompetenz-355/539986/fake-news-misinformation-desinformation/

Zweck/Ziel dieser Folie

Überleitung in Übung:
Überprüfung eines Berichts

An die LuL:

Die Lernziele der Übungsstrecke (8-16): Die 5 Schritte der Nachrichtenüberprüfung (*fact-checking*) kennenlernen und den Unterschied zwischen Fakten und Meinungen erkennen.

Hintergrund

Informationsverhalten und Medienvertrauen

Viele junge Menschen, besonders die jüngere Zielgruppe (18-29), sehen die öffentlich-rechtlichen Medien oft nicht mehr als vertrauenswürdige Quelle an. Laut einer INSA-Umfrage von 2024 stimmen nur 33 Prozent der Aussage zu, dass der ÖRR eine verlässliche Quelle für politische Nachrichten sei. Entsprechend steigt in dieser Altersspare der Anteil derer, die sich vor allem mittels Videos auf *YouTube, TikTok, Instagram* usw. informieren.

Die Umfrage des *EIJK* von 2024 bestätigt diesen Trend. Soziale Medien sind ein bedeutender Faktor im Informationsverhalten junger Menschen geworden: https://fitfornews.de/wp-content/uploads/2025/01/2024-EIJK-BS-Erhebung-Schlussbericht-endkorr-1.pdf (Abruf: 26.08.26)

→ Forts.

Zweck/Ziel dieser Folie

Umgang mit Behauptungen, die sich angeblich auf Fakten stützen

---

Beginn der "Himbeer"-Übung mit den SuS

Ihr seht hier einen Post auf *Instagram* von Mitte August 2022.
Er zeigt einen vermeintlichen Gesundheitstipp.
Solche Mitteilungen erreichen in den Sozialen Medien über Verlinkungen (Teilen und Liken) manchmal Hunderttausende Menschen.
So auch dieser Post, der in kürzester Zeit über 260.000 Likes bekam und vielfach geteilt wurde.

→Klicken!

Der Post behauptet:

Himbeeren helfen gegen Kopfschmerzen, und sollen sogar 3 Mal effektiver sein als eine Aspirin-Tablette.

Frage:

Wie überprüft ihr die Behauptung?

Hintergrund

Bedeutung alternativer Online-Medien

(→ Forts.) Generell nahm die Reichweite der sog. „alternativen Medien" (AM) besonders im Laufe der Corona-Jahre 2020/21 deutlich zu. Zu den AMs werden Blogs, Webseiten und Angebote nicht-etablierter Medienmacher auf Online-Plattformen (*TikTok, YouTube, Instagram* u.a.) gerechnet. Ihre Betreiber sind meist Einzelpersonen oder Gruppen mit Vereinsstatus. Viele erzielen Abrufe in sechs- oder sogar siebenstelliger Höhe. Sie verbreiten Informationen, die von den etablierten Newsmedien – warum auch immer – nicht veröffentlicht wurden. Viele dieser AM bedienen eine bestimmte Auffassung („Frame") oder Meinung. *Näheres am Fall Covid-19-Pandemie:* https://www.sciencemediacenter.de/alle-angebote/rapid-reaction/details/news/alternative-medien-auf-facebook-im-kontext-von-covid-19/ (Abruf: 26.08.26)

Zweck/Ziel dieser Folie

Schritt 1 der Überprüfung: Kriterien glaubwürdiger Absender

Forts. Der “Himbeer”- Übung mit den SuS:

Was meint ihr: Wie kann man den Wahrheitsgehalt einer solchen Nachricht prüfen?

Antworten sammeln und einteilen in: Überprüfung des Inhalts und Überprüfung des Absenders.

Erläuterung und Frage an die SuS:

Die Prüfung der Glaubwürdigkeit beginnt mit diesen zwei Fragen (im Kopf des Überprüfenden!):

1. Den Inhalt checken: Ergibt das überhaupt Sinn? Wenn ja: Wie genau lauten die Fakten, die wir prüfen sollten?

*2. Den Absender checken. Hier helfen uns diese Fragen: „**Kann** er korrekt über das Thema informieren?“ (ist also vom Fach)? Und: „**Will** er uns richtig informieren“ - oder hat er andere Motive?*

*Dafür klären wir die **Rolle** des Absenders: Könnte er ein kommerzielles, ideologisches oder politisches Interesse haben? → Wie ist das hier?*

Hintergrund

Die zwei wichtigsten Kriterien, um glaubwürdige Absender zu identifizieren sind: Kompetenz und Motivation.

(Fach-)Kompetenz meint die Fähigkeit, einen Sachverhalt fachlich zutreffend zu beurteilen. Dazu sind Wissen und Erfahrung auf dem entsprechenden Gebiet notwendig.

Die Motive des Absenders lassen sich anhand seiner anderen Aussagen (Posts) und seiner (z.B. beruflichen) Rolle einschätzen. Bei Vertretern gemeinnütziger Institutionen kann meist eine wohlwollende Informationsabsicht angenommen werden.

Mehr dazu: Einheit 5B des *fit for news* Programms

Zweck/Ziel dieser Folie

Schritt 2 der Überprüfung:
Was wurde berichtet?

Die „Himbeer"-Übung mit den SuS – Thema Fakten:

- *Ihr seht hier den Post des Kanals gesundheitsfakten aus dem Jahr 2022.*
- *Welche Behauptungen findet ihr in dem Text?*

(Klicken für Auflösung!)

Zweck/Ziel dieser Folie

Schritt 3 der Überprüfung:
Woher wissen die das?

Auch viele News-Anbieter in den sozialen Medien verbreiten Informationen ohne die Angabe von Quellen!

> **Die”Himbeer”-Übung: Frage an SuS**
>
> *Wieso ist es ein Problem, wenn in Posts keine Quellen angegeben werden? Wozu brauchen wir Quellenangaben?*

(Klicken für Auflösung!)

> ***Zur Erklärung:*** *Wenn der Medienmacherkeine Quelle(n) nennt, will er, dass Ihr ihm alles glaubt! Dies funktioniert meist dann, wenn die Nachricht euer Vorurteil oder Wunschdenken bestätigt, Motto: „Ich dachte es mir, und jetzt schreiben die das ja auch!“*

Hintergrund

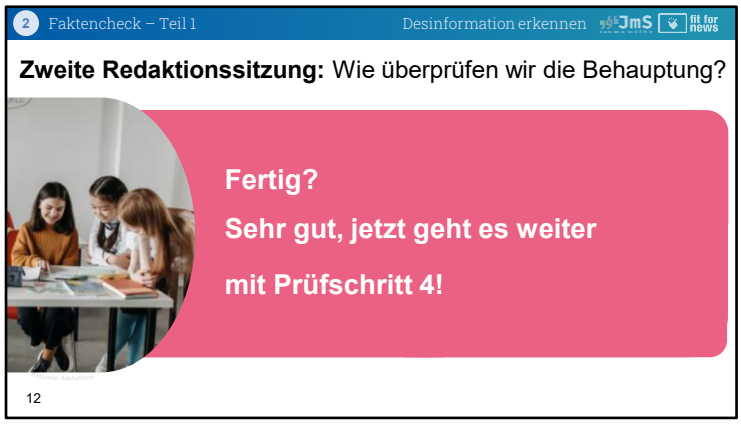
Unbefangene Quellen

Eine wichtige Prüfregel lautet: Wie sieht das Verhältnis der Quelle zum Thema aus? Ist sie mit den Akteuren im Thema irgendwie „verbandelt“? Könnte es sein, dass sie mit dem Thema oder dem Vorgang ein bestimmtes Interesse verfolgt?

Von daher lautet eine weitere Prüffrage:
Wie kann ich die Zuverlässigkeit der Quelle erkennen?
In der Art einer Faustregel checkt der Journalist seine Quelle entlang dieser Fragen:

- Versteht sie etwas von der Sache?
- War sie „nah dran“ oder dabei (Zeuge)?
- Was hatte oder hätte sie davon (Interesse)?
- Profitiert die Quelle von der Veröffentlichung?

All das lässt sich natürlich nur prüfen, wenn überhaupt eine Quelle angegeben wird!



Zweck/Ziel dieser Folie

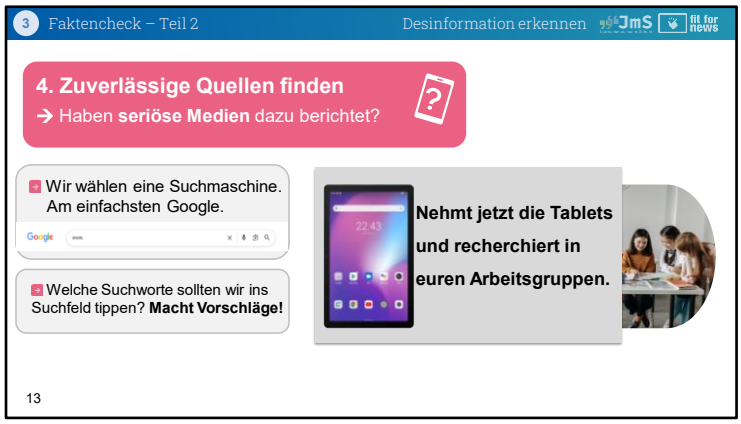
Zwischenfazit und Wiederholung

An die LuL:

Sollten Sie die Lehreinheit in zwei Unterrichtsstunden aufteilen wollen, eignet sich dazu diese Stelle besonders gut.

Entweder beenden Sie die Stunde mit diesem Rückblick oder beginnen eine zweite mit der Erinnerung an das Gelernte.

Hinweis: Auf den nächsten zwei Folien folgt ein Rechercheprozess! Sollten keine Endgeräte zur Verfügung stehen, tragen Sie die beiden Folien Schritt für Schritt frontal vor.



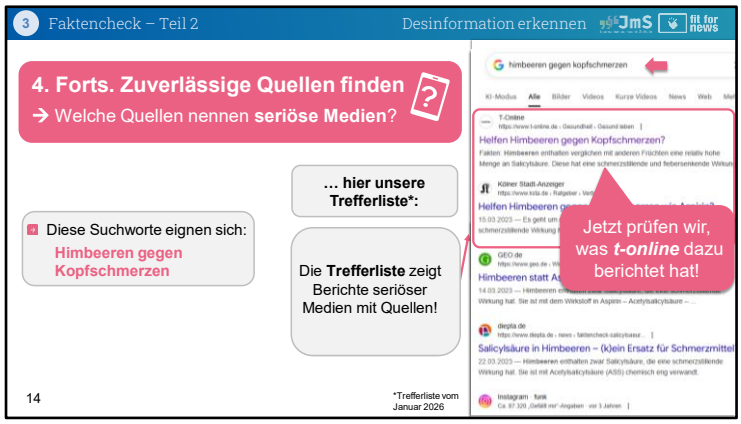
Zweck/Ziel dieser Folie

Schritt 4 der Überprüfung: Die Suche nach Quellen

Grundlagen für Arbeit mit Suchmaschinen

KI-generierte Texte von Google können Fehler enthalten. Darum die „echten“ Quellen suchen! Hier ein paar **Grundregeln** für die Suche mit Suchmaschinen (siehe Einheit 6a):

- Nach Fakten, nicht nach Meinungen suchen!
- Bei den Fakten geht es um möglichst eindeutige Bezeichnungen (Personennamen, Ortsangaben, Gegenstandsbezeichnung).
- Gegebenenfalls die Suche mit dem Suchfilter (wie: Zeitraum) eingrenzen und die Suche mit präzisierten Suchfragen weiter verengen und wiederholen.



Zweck/Ziel dieser Folie

Schritt 4 der Überprüfung: Haben seriöse Medien dazu berichtet?

Fortssetzung der Übung mit den SuS

Wir übernehmen die Kernaussage der Meldung und schreiben die Suchworte
„Himbeeren gegen Kopfschmerzen“
in die Suchzeile.
Google zeigt seine Ergebnisse:
Über der Trefferliste bringt Google eine Zusammenfassung der Aussagen der angezeigten Treffer. Das sieht sehr gut aus und scheint praktisch. Aber Achtung: Diese von Googles KI produzierte Zusammenfassung enthält oft Fehler, ist einseitig und zieht teils fragwürdige Quellen heran.
Wir schauen auf die unter der Zusammenfassung gelisteten Websites und qualifizieren nun die ersten vier Treffer:

- *Welche „zuverlässigen“ Medien (siehe Hintergrundtexte) machen Aussagen zum gesuchten Thema? (Hinweis: t-online besitzt eine professionell arbeitende journalistische Redaktion)*
- *Auf welche Quelle(n) stützen die sich?*

Erst jetzt weiterklicken: *Nun wird die durchgeführte Überprüfung angezeigt!*

Hintergrund

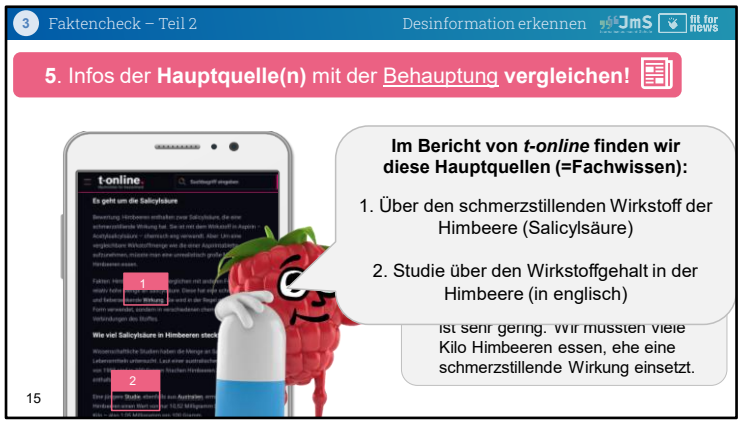
Der Einstieg ins Überprüfen

Die Einstiegsfrage für das Überprüfen lautet simpel: „Kann das sein?“ (für Jugendliche schwierig, weil ihnen Welt- und Lebens-erfahrung fehlen).

Nächste Frage: „Gibt es gesicherte Belege für die Behauptung?“
Nun können alle Aussagen über Faktisches (Sach-aussagen) markiert werden.

Die Anschlussfrage lautet: „Woher wissen die das?“
In diesem Beispiel wird keine Quelle genannt. Deshalb untersuchen wir den Sachverhalt vermittels zuverlässiger Medien, die darüber bereits berichtet haben.

Zu den „zuverlässigen Medien“ zählen wir die Newsmedien, deren Redaktion sich an die journalistischen Regeln (Pressekodex, Medien-staatsvertrag) halten.
→ Thema für den Journalistenbesuch.



Zweck/Ziel dieser Folie

Schritt 5 der Überprüfung: Quellenvergleich

Forts. der Übung und Diskussion der Ergebnisse mit den SuS

Die Auskünfte der Erst- oder Primärquelle:

(Klicken!)

1. In dem *t-online* Faktencheck wird die Aussage „Himbeeren helfen bis zu 3 Mal effektiver gegen Kopfschmerzen als Aspirin“ widerlegt.
2. Die Meldung nennt verschiedene Erstquellen, die die im Text getätigten Aussagen belegen und es uns ermöglichen, die Fakten selbst zu prüfen.

Hier die Hauptquellen: https://www.deutsche-apotheker-zeitung.de/daz-az/2020/daz-33-2020/un-bedenkliche-salicylsaeure
https://fedup.com.au/images/stories/Malakarsalicylate2017.pdf

(Klicken!)

Das zeigt die Quellenauswertung:

3. Der Wirkstoff in der Himbeere (Salicylsäure) und der Wirkstoff der Aspirin-Tablette (Acetylsalicylsäure) haben beide eine schmerzstillende Wirkung. Allerdings ist die Konzentration der Salicylsäure in der Himbeere so gering, dass man riesige Mengen essen müsste, damit sich eine schmerzstillende Wirkung einstellt. Der Vergleich zwischen der schmerzstillenden Wirkung von Himbeeren und Aspirin ist aus der Luft gegriffen. Wir konnten keine Studie finden, die dies belegt.

Hintergrund

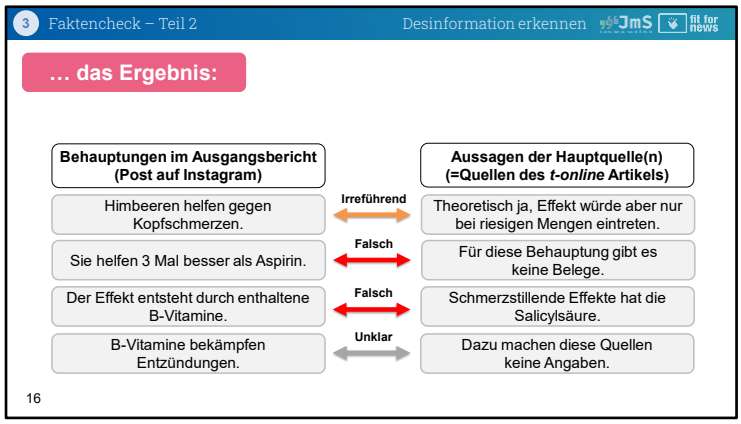
Unterschiedliche Quellen

Bei der Überprüfung ist der genaue Blick auf die Art der Quellen wichtig. Wir unterscheiden diese drei Arten:

- Das Newsmedium *als Überbringer* der Nachricht;
- Der/die *Verfasser* des Berichts (auch: Agentur, Pressestelle usw.);
- Die im Bericht *genannten Quellen* (Sprecher, Akteure, Dokumente usw.).

*Recherchebericht*e stützen sich oft auf drei verschiedene Ressourcen, die wir auseinanderhalten sollten:

- Die vom Verfasser ausgewerteten Materialien (Berichte anderer Medien, Dokumente usw.) als Zitate, Kolportage oder bestätigte Tatsachen.
- Das Themen- und Sachwissen des Verfassers;
- Aussagen der vom Verfasser kontaktierten Personen. Man unterscheidet hier zwischen Beteiligten (Akteure, Sprecher) und neutralen Personen (etwa Zeugen, Experten).



Zweck/Ziel dieser Folie

Ergebnis des Quellenvergleichs: Widersprüchliche Aussagen

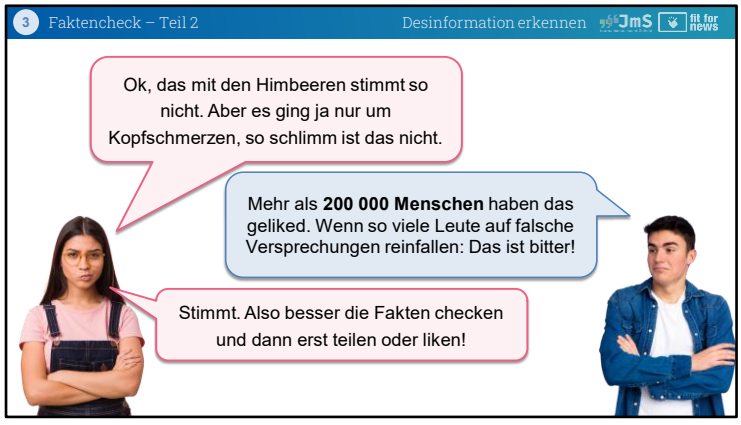
Abschluss der "Himbeer"- Übung und Diskussion der Ergebnisse mit den SuS

(Klicken!) Behauptung 1: Aus den Hauptquellen wissen wir, dass Himbeeren tatsächlich einen Inhaltsstoff haben, der schmerzstillend wirkt. Aber dafür reichen die Mengen nicht, die man mit Himbeeren gewöhnlich zu sich nimmt.

(Klicken!) Behauptung 2: Himbeeren haben keine höhere Wirksamkeit als Aspirin, selbst wenn sie in den benötigten Mengen verzehrt würden. Acetylsäure (Wirkstoff v. Aspirin) ist in der Regel wirkungsvoller als Salicylsäure.

(Klicken!) Behauptung 3: Die in Himbeeren vorhandenen B-Vitamine haben keine relevante, schmerzstillende Wirkung sondern die Salicylsäure.

(Klicken!) Behauptung 4 bleibt weiterhin unklar. Falls Klärungsbedarf bei SuS: Recherchiert man weiter, findet man Studien, die unterschiedlichen B-Vitaminen tatsächlich eine entzündungshemmende Wirkung nachweisen. Das ist aber sehr weit von der Aussage entfernt, Himbeeren würden 3 Mal besser gegen Schmerzen helfen als Aspirin.



Zweck/Ziel dieser Folie

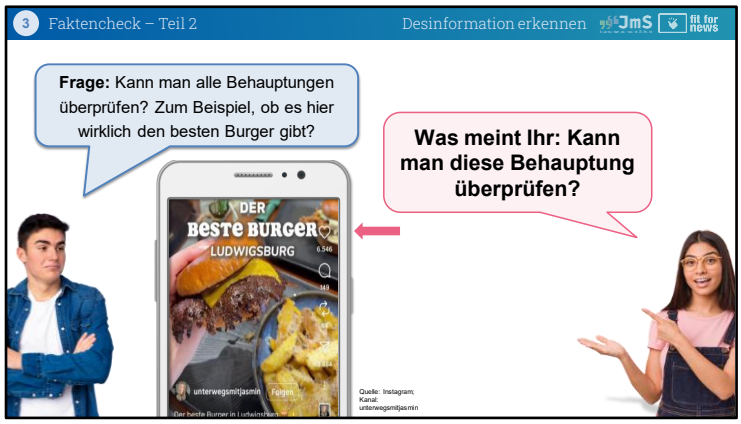
Reflexion über faktische und „gefühlte“ Aussagen

Besprechung mit den SuS – Thema Quellen & Fakten:

Vielleicht denkt ihr jetzt: Na gut, das mit den Himbeeren stimmt nicht, ist aber nicht weiter schlimm. Und Himbeeren sind ja nicht schädlich.
Es gibt aber noch ganz andere Fälle von Desinformation im Netz, die nach demselben Muster gebaut sind.
Zum Beispiel über Personen des öffentlichen Lebens, die diskreditiert werden. Aber auch über Kriegsereignisse, über Aussagen von Politikern und Daten aus der Wirtschaft.
Und oft soll ein Produkt oder einen Service groß herausgestellt werden, damit viele Leute dafür Geld ausgeben.

Diese kleine Beispiel – nächste Folie! - betrifft solch einen Fall.

***Falls die Zeit zu knapp ist**: Das folgende Beispiel verdichten (nur eine Folie) oder überspringen!*



Zweck/Ziel dieser Folie

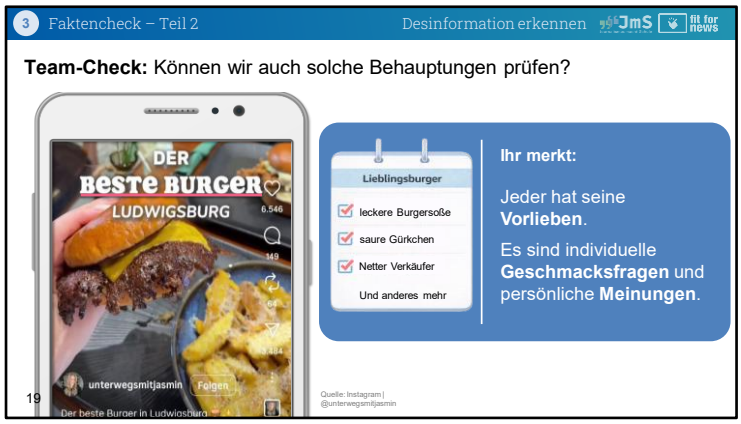
Sensibilisierung für subjektive Aussagen

Diskussion mit den SuS: Warum kann man persönliche Geschmacksfragen nicht überprüfen?

Eine Influencerin sagt, dies sei „der beste Burger in Ludwigsburg“. Wie seht Ihr das? Kann man diesen Post auf die besprochene Weise prüfen?

Setzt euch in Gruppen zusammen und besprecht diese Frage!

→ **Klick:** Auflösung (blaue Sprechblase):
Überprüfen lassen sich nur Tatsachen; persönliche Empfindungen und Meinungen nicht. Denn *Geschmacksfragen gelten nicht für alle in gleicher Weise. Das heißt: Geschmacksurteile sind – ähnlich wie Meinungen - keine objektiven Tatsachen. Man kann sie auch nicht überprüfen!*



Zweck/Ziel dieser Folie

Über objektive und subjektive Aussagen

Forts. der Übung: Warum kann man persönliche Geschmacksfragen nicht überprüfen?

Lest oben die „Team-Check"-Zeile – dann lest die Behauptung einer Influencerin auf dem Screen. Sie sagt, dies sei „der beste Burger in Ludwigsburg".

*Setzt Euch in Gruppen zusammen und besprecht die zwei Fragen! Dann **Klicken!***

Hier seht Ihr ein paar typische Antworten.
Habt Ihr ähnliche gefunden? Was fällt euch daran auf?
*Erneut **Klicken!***
Es sind überwiegend persönliche Geschmacksfragen oder einfach Ansichten. Die gelten natürlich nicht für alle von euch. Das heißt: Geschmacksurteile sind keine objektiven Tatsachen – man kann sie auch nicht überprüfen!

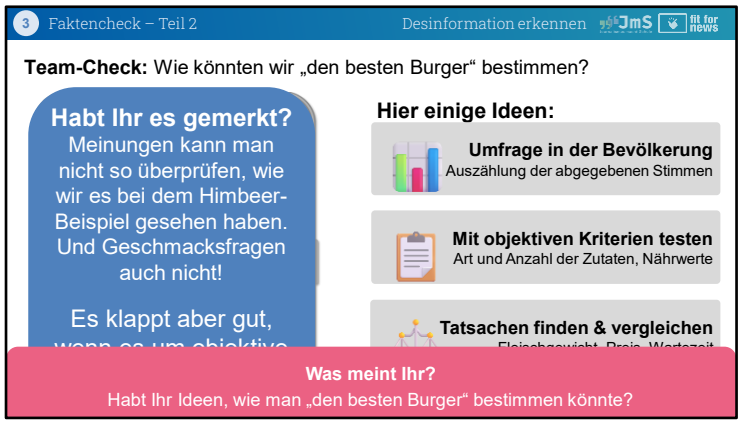
Hintergrund

Über das „Wie"

„Wie" schmeckt Dir der Burger? Klar, dass die Antwort den subjektiven Eindruck des befragten wiedergibt.
→ Geschmacks- und Gefühlsäußerungen, Meinungsäußerungen, innere Gedanken usw. kann man inhaltlich nicht überprüfen – denen muss man meist glauben – oder nicht („mir ist schlecht" , „Du bist doof", „Der schaut frech", „Die ist aber nett" , „ich dachte …." usw.). Wir nennen sie „subjektive" Äußerungen.

→ Wer sich über das Geschehen in der Welt informieren will, der sollte den Unterschied zwischen „objektiven" Aussagen und „subjektiven" Äußerungen kennen und beachten.

„Objektiv" sind Aussagen, die unabhängig vom Sprecher bzw. Überbringer (wie z. B. Newsmedien) zutreffend sind.



Zweck/Ziel dieser Folie

Wie man objektive Aussagen finden oder generieren kann

Anspruchsvolle Gedankenübung - Kann übersprungen werden!

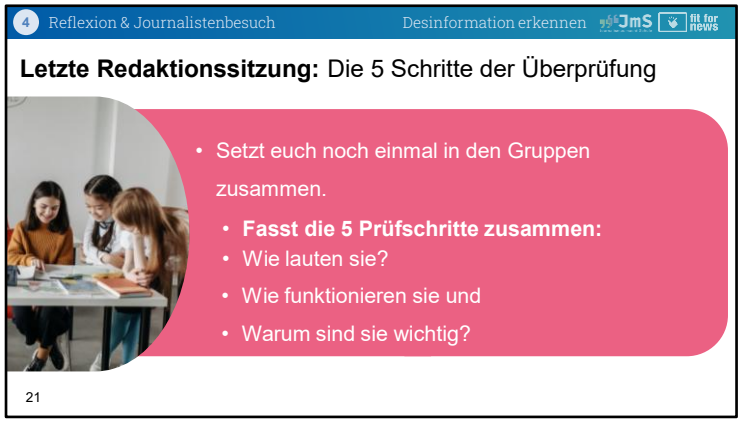
Forts. der Übung: Wie könnte man aus solch einem Qualitätsurteil eine Tatsache machen?

Denkt mal nach und macht ein paar Vorschläge!

(Diskussion der Vorschläge: gelten sie auch für andere?)

Klicken!

Hier kommen drei Vorschläge – natürlich gibt es noch weitere. Schauen wir uns diese drei an:
1.) Umfrage: Nehmen wir an, es gäbe drei bekannte Burger-Macher in Ludwigsburg. Und nehmen wir an, wir würden viele hundert Leute befragen. Vielleicht fände sich eine Mehrheit, die diesen Burger hier für den besten hält. Er ist der beste, weil die Mehrheit das findet.
2.) Wir fragen Burger-Fachleute, welche Zutaten einen guten Burger ausmachen – und lassen dann die Burger der drei Anbieter in einem Labor untersuchen. Vielleicht erfüllt einer von ihnen diese Kriterien und ist darum der beste.
3.) Wir fragen die Burger-Esser, welche Tatsachen ihnen wichtig sind. Wahrscheinlich nennen sie den Preis und die Fleischmenge, vielleicht auch die Wartezeit. Mit diesen Merkmalen können wir die Burger der drei Anbieter untersuchen und sagen, welcher die Erwartungen erfüllt.



Zweck/Ziel dieser Folie

Rückblick auf die 5 Prüfschritte

Dieser „Merkzettel“ ist eine Übersicht und sollte kurz erläutert werden – hier einige Stichworte:

Punkt 1: Der Absender. Hier sind folgende Fragen wichtig: 1.) Handelt es sich um ein professionelles Newsmedium (oder um eine Behörde oder eine anerkannte wissenschaftliche Einrichtung)? 2.) Wenn nicht: Ist der Absender a) kompetent und b) glaubwürdig, d.h. ohne (von uns erkennbare) Absichten?

Punkt 2: Die Fakten können anhand der 4 W-Fragen erkannt werden : Wer?, Was?, Wann?, Wo? (mehr dazu in der Lehreinheit 2 „harte Fakten“)

Punkt 3: Die Quellen! → Achtet auf den Unterschied zwischen Informant (die Aussagen im Text) und dem Überbringer (dem Medium)!

Punkt 4: Zuverlässige Medien sind solche, die sich an die journalistischen Regeln halten (mehr dazu: FFN-Lehreinheit 5 „Zuverlässige Newsmedien“) – zum Beispiel Trennung zw. Nachricht und Meinung, Angabe der Quellen (Punkt 3).

Punkt 5: Jetzt geht es um den Vergleich der Darstellungen in den Medien: Was wird übereinstimmend ausgesagt, wo gibt es Abweichungen? Und: Stimmen die Aussagen mit dem überein, was in dem Medium stand, das ich überprüfen wollte?

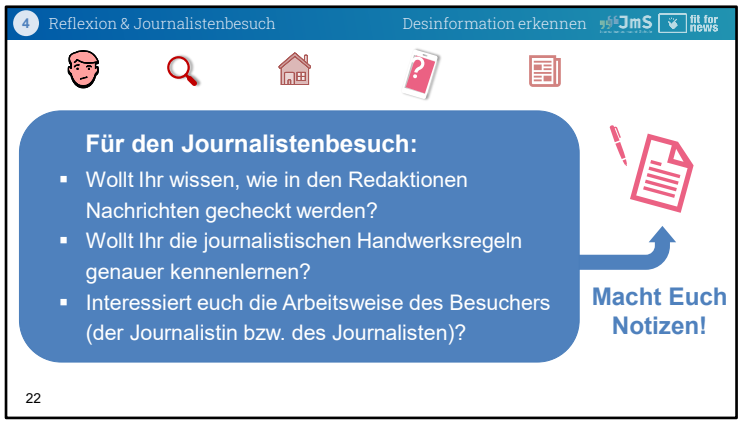
Hintergrund

Ein-Quellen-Berichte

Mitunter stützen sich die in Berichten genannten Fakten nur auf eine Quelle. Und nur die wird in verschiedenen Medien genannt bzw. zitiert. Diese Berichte findet man mit der Suchmaschine (Achtung Paywall!) und kann die Aussagen vergleichen: Gibt es Abweichungen? Was wurde weggelassen?

Wenn die Quelle eine Behörde ist, findet man die Originaläußerung oft über die Pressestelle oder die Webseite der Behörde.

Handelt es sich um eine exklusive Aussage eines Akteurs (=sie steht nur in diesem Medium), dann interessiert uns nicht dessen Meinung, sondern das Faktische in seiner Aussage: Nur diese können wir anhand der Ereignisdarstellung der anderen Medien (mit deren Quellen) überprüfen.



Zweck/Ziel dieser Folie

Vorbereitung auf den Journalistenbesuch

An die LuL:

Die Besprechung des *Merkzettels* hat vielleicht ein paar Fragen aufgeworfen, die Ihr dem Journalistenbesuch stellen könnt. Zum Beispiel diese:

- Überprüft Ihre Newsredaktion alle Nachrichten, die sie publizieren will? Auch unter Zeitdruck, wenn andere News-Apps dieselben Nachricht bringen werden?

- Wann und wie setzt Ihre Redaktion KI-Programme ein? Auch für Meldungen und Berichte (Polizeimeldungen, Sportberichte usw.)?

- Sind alle Fotos bzw. Bilder „echt“ die von Ihrem Medium publiziert werden? Wie weit geht die Bildbearbeitung? Zum Beispiel: Werden Personen herausgenommen, wird auch mal der Bildhintergrund ausgewechselt?

- Wie ist das mit den Überschriften: Sind die wirklich „neutral“ oder geben sie mitunter eine Meinung oder eine Tendenz zu erkennen? Warum sind sie manchmal auch überzogen?

Solche Fragen aufgreifen und notieren!

Impressum & Information zur Lizenzierung

fit for news © 2025 by EIJK gem. e.V.
is licensed under CC BY-NC-ND 4.0

Konzeption und Inhalt: Prof. Dr. M. Haller (verantw.), Stephan Gert, Stefan Möck, Albrecht Jugel

Die Einheiten dürfen für individuelle Unterrichtszwecke angepasst werden, aber nicht in veränderter Form weitergegeben werden.

Regelmäßige Updates, Erweiterungen und neue Lehrmaterialien werden unter www.fitfornews.de bereitgestellt. Bei Fragen kontaktieren Sie das Team des EIJK unter info@eijc.eu

Diese Einheit wurde zuletzt verändert am 26.08.2026

EIJK | Europäisches Institut für Journalismus- und Kommunikationsforschung e. V.

Menckestraße 27
04155 Leipzig
Fon: 0341 56 296 66
E-Mail: info@eijc.eu
www.eijc.eu

Das Projekt *fit for news* wird gefördert von der Stiftung Neue Länder (SNL) sowie der Medienstiftung der Sparkasse Leipzig.