

Falschmeldungen im US-Wahlkampf +++ Fragwürdige Zeitschrift in Österreich

# Viraler Wahlkampf mit Hass und Lügen

Gefälschte Nachrichten, oft genug mit Hassbotschaften unterlegt, verbreiten sich rasant im weltweiten Netz, spielen eine Rolle bei Wahlkämpfen, zuletzt in den USA, und bedrohen sowohl die seriösen Medien als auch die demokratische Kultur. Eine Expedition ins Schattenreich der Klicks und Likes, die auch nach Mazedonien führt.

Hans Rauscher, Fabian Schmid

Donald Trump hat nicht nur die Mehrheit der Wahlmänner gewonnen, sondern auch den „Popular Vote“, also die Mehrheit der ausgezählten Stimmen. Und wieder sind die „Mainstream-Medien“, die von einem Zwei-Millionen-Stimmen-Vorsprung Hillary Clintons geschrieben haben, die Blamierten. Lügenpresse!

Nur: Es ist nicht wahr. Clinton liegt den ausgezählten Stimmen nach um 1,7 Millionen vorn – wenn endlich alle Wahlkarten gezählt sind, sogar um über zwei Millionen. Aber hunderttausende Amerikaner und wohl auch etliche Nichtamerikaner glauben trotzdem, dass Trump auch den Popular Vote gewonnen hat. Denn Googles höchstgereihter News-Link führt zu einer Fake-News-Seite (70News) mit den falschen Zahlen.

Derlei verbreitet sich in rasender Geschwindigkeit im Netz. Das hat mit der Natur der sozialen Medien zu tun: Wenn etwa Facebook entdeckt, dass mehr Leute als üblich irgendeine Story anklicken, dann springt der Algorithmus an und verteilt das an Unmengen anderer User im Netz. Wird ein Artikel oft geteilt oder angeklickt – und



sei es aus Unglauben über die Nachricht –, steigt seine Verbreitung stark an. Ergebnis: die unüberprüfte, ja eindeutig gefälschte Nachricht verbreitet sich wie ein Virus, sie wird „viral“.

Millionen Menschen wachsen mit der Erfahrung auf, dass es voll okay ist, einen absurden, sehr oft bösartigen Blödsinn quer durchs Internet-Universum zu schießen. Dahinter stehen teils ein paar Freaks in einer Studentenbude, teils professionelle Gruppen mit einer (meist rechts-) ideologischen Agenda. Besonders für die Rechten sind die Fake- und Verschwörungsseiten wichtige Alternativen: Die deutsche AfD hat mehr Facebook-Follower als CDU und SPD zusammen.

Die seriösen traditionellen Medien halten sich nach wie vor noch mit Recherche, mit Fact-Checking, mit der Einordnung von Nachrichten auf. Zumindest im US-Wahlkampf gerieten sie dabei ins Hintertreffen: Die 20 am stärksten über Facebook verbreiteten Falschmeldungen wurden mehr als

8,7 Millionen Mal weitergeleitet oder kommentiert. Seriöse Medien wie *New York Times* und *Washington Post* wurden nur 7,4 Millionen Mal geteilt oder kommentiert. Dabei spielt es keine Rolle, ob eine Meldung einfach falsifizierbar ist. Sehr viele Menschen sind bereit, den größten Unsinn und die übelsten Behauptungen zu glauben, sobald es nur in ihr eigenes Weltbild passt. Das reicht über die „Nachricht“, dass Hillary Clinton eine lesbische Beziehung zu ihrer Beraterin Huma Abedin hat, bis zu der von der FPÖ-Politikerin Ursula Stenzel verbreiteten (falschen) Behauptung, Van der Bellen sei ein Nazi gewesen.

Die österreichischen Grünen sind besonderes Objekt rechter Fake- und Hate-News, sodass ihr Social-Media-Sprecher Dieter Brosz Facebook als „weltweit größte Hassplattform“ bezeichnete. Ein Posting wie „Hallöchen Eva Glawischnig du ungläubige Nazidrecksfotze...“ widerspricht laut Facebook „nicht den Gemeinschaftsstandards“. Auch das Gewaltvideo, in dem man sieht, wie eine Wiener Jugendliche verprügelt wird, wurde mit großer Verspätung gelöscht.

Brosz zum STANDARD: „Fake-Nachrichten vergiften das gesellschaftliche Klima, indem sie Ressentiments zwischen Bevölkerungsgruppen schüren und vergrößern. Viele rechtskonservative Medien greifen Fake-Nachrichten auf, um somit haufenweise Klicks zu generieren, und verdienen sich eine goldene Nase damit.“ Denn viele Klicks ziehen viel Werbung an. Eine Gruppe von jungen Internet-Freaks in Mazedonien (!) bastelte im US-Wahlkampf solche Seiten mit dem Ziel, einfach Geld zu verdienen. Offenbar wird auch Leuten auf den sogenannten Clickworker-Plattformen wie *Amazon Mechanical Turk* angeboten, für Geld Fake-News zu schreiben: „Erste lesbische Bischöfin in Stockholm ersetzt Kreuz durch Halbmond“.

Heinz-Christian Straches Facebook-Seite (rund 450.000 Follower) enthält immer wieder Postings mit Hass und Gewaltaufrufen gegen politische Gegner und glatte Unwahrheiten. Gelöscht werden die eher zögernd, dafür verschwinden zügig Postings, die diese Hassausbrüche thematisieren.

Wirklich ins Zentrum der Macht gerückt ist jetzt aber die amerikanische Hate- und Fake-Seite *Breitbart News*. Der Mann, der die Seite groß gemacht hat, Steve Bannon, war Donald Trumps Wahlkampfleiter und wurde jetzt von ihm als sein „Chefstrategie“ ins Weiße Haus geholt. Bannon sieht sich selbst als das Organ der „alt-right“, der „alternativen“, sprich: ultraradikalen Rechten, und glaubt an die „Macht der Finsternis“. Laut *New York Times* bilden die *Breitbart News* „ein Paralleluniversum, in dem Afroamerikaner nichts anderes tun, als Verbrechen zu begehen, Immigranten echte Amerikanerinnen vergewaltigen und Feministinnen alle Männer kastrieren wollen“.

Facebook-Gründer Mark Zuckerberg möchte jetzt (nach anfänglichem Problemleugnen) die Fake-News in seinem riesigen Imperium bekämpfen. Womit? Mit der Neuerfindung des Rades, nämlich Journalismus. Ein Team von Fact-Checkern soll sich um die (Falsch-)Meldungen kümmern.

Das ist allerdings teuer, sagt Facebook-Herausforderer und Datenschutzkämpfer Max Schrems zum STANDARD: „Wenn man Webseiten wirklich ordentlich moderiert und illegale Inhalte nach den Gesetzen von jedem Land beurteilt, kostet das viel Geld, stattdessen lässt man lieber im Sekundentakt Nippelbilder löschen.“ Was tun? Schrems: „Wir müssen die Plattformen in die Verantwortung nehmen. Man kann nicht ein dominantes Medium sein und jede Verantwortung von sich schieben. Wie bei Privatrado oder Kabelbetreibern werden wir diskutieren müssen, ob man Facebook nicht verpflichtet, einen Anteil an echten Nachrichten einzublenden. Heute hat der Newsfeed ja oft gar keine News mehr. Warum nicht zehn oder 20 Prozent Nachrichtenanteil per Gesetz?“

Fake-News an der Börse Seite 22



Breitbart-Chefideologe und Trump-Berater Steve Bannon

Foto: AP

## Magazin „Alles Roger?": Unglaublich gute Interviews

Zweifel an Echtheit mehrerer Interviews mit Weltstars wie Kevin Spacey, die das Magazin geführt haben soll

Markus Sulzbacher, Fabian Schmid

Bei den Interviews geht es schon mal recht rau zu. Da wird der Fragesteller „ein richtiges Arschloch“ genannt oder ihm eine Tracht Prügel angedroht. Und zwar von Weltstars wie Sting oder dem Schauspieler Mickey Rourke. Derartige Interviews sind ein Markenzeichen der 2014 gestarteten Zeitschrift *Alles Roger?*, die in einer Auflage von 200.000 Stück verbreitet wird. In den Interviews geht es auch um Politik – und die Hollywood-Stars nehmen sich kein Blatt vor den Mund. „Seit Jahren arbeiten unsere Politiker, auch die in Europa, anscheinend auf einen größeren Krieg hin“, sagt etwa Schauspieler Kevin Spacey.

Doch das Interview mit Spacey, das von *Alles Roger?*-Chefredakteur Roland Hofbauer geführt worden sein soll, habe laut Spaceys PR-Agentin Staci Wolfe nicht stattgefunden. „Es handelt sich um ein gefälschtes Interview“, schreibt Wolfe in einem E-Mail an den STANDARD.

Zweifel gibt es auch an der Authentizität anderer Interviews. Sting habe „nach unserem Wissensstand mit dieser Publikation kein Interview geführt“, heißt es von Universal Music, Stings Plattenfirma. Netflix-Chef Reed Hastings gibt in einem Gespräch mit *Alles Roger?* angeblich zu, privat Pornos zu konsumieren, und legt dar, dass der Videostreaming-Service Netflix über das Anbieten von Pornos „selbstverständlich nachgedacht“ habe, das aber „im sehr frühen Amerika“ wirtschaftliche Nachteile mit sich bringen würde. Derart offen hätte Hastings bislang mit keinem Medium der Welt geredet. Netflix möchte sich offiziell nicht zu dem Interview äußern.

### Interviews mit Strache und Hofer

*Alles Roger?*-Chefredakteur Roland Hofbauer, der als Autor der Interviews geführt wird, gibt im STANDARD-Gespräch an, die Beiträge von einer „Agentur“ aus dem Ausland zugekauft zu haben. Diese leiste „gewissenhafte Arbeit“. Er möchte jedoch nicht sagen, um welche Agentur es sich dabei handelt. „Das müsst ihr selbst recherchieren“, sagt Hofbauer. In einigen Interviews bei *Alles Roger?* geht es jedoch auch um Wien und den Interviewer selbst.

Authentisch dürften Interviews mit österreichischen Politikern aus dem rechten Parteienspektrum sein. *Alles Roger?*, das von Excalibur City-Betreiber Ronnie Seunig gegründet wurde, sprach mit FPÖ-Chef Heinz-Christian Strache und ließ Ex-BZÖ-Politiker Peter Westenthaler den Präsidentschaftskandidaten Norbert Hofer interviewen. Gesprochen wurde auch mit FPÖ-Generalsekretär Herbert Kickl, der mit *Alles Roger?* über die „Lügenpresse“ diskutierte.

### DÖW kritisierte Magazin

*Alles Roger?* wurden vergangenes Jahr vom Mauthausen-Komitee „antisemitische Tendenzen“ attestiert. Laut dem Dokumentationsarchiv des Österreichischen Widerstands übernehme das Magazin „verschwö-

rungstheoretische Positionen, wie sie aus rechtsextremen Kreisen bekannt sind.“

Das Magazin hält Kontakte zu anderen selbsternannten „alternativen“ Medien, zu denen etwa das der FPÖ nahestehende *unzensuriert.at* gehört. Die Plattform hatte seinen Lesern empfohlen, auch ein Abonnement von *Alles Roger?* abzuschließen. Auf dem Kongress der „Verteidiger Europas“ in Linz, an dem teils Rechtsextreme wie Mitglieder der Identitären-Bewegung teilnahmen, war auch Chefredakteur Hofbauer. Laut einem Bericht von *unzensuriert.at* – Vertreter traditioneller Medien durften den Kongress nicht besuchen – erklärte dieser dort die Krise etablierter Nachrichtenorganisationen bei einer Gruppendiskussion damit, dass in ihnen „a Schas drinsteht“.

### WISSEN

## Wie Facebook Meldungen für seine Nutzer auswählt

Wer sich auf seinem Facebook-Konto anmeldet, bekommt eine endlose Aneinanderreihung von Meldungen, den sogenannten Newsfeed, angezeigt. Dabei handelt es sich primär um Beiträge oder Fotos von Freunden, etwa Urlaubsbilder oder Anekdoten. Nutzer können auch Facebook-Seiten mit „Gefällt mir“ markieren. Dabei kann es sich um Medienorganisationen, aber auch um Marken oder Politiker handeln. Dann werden zusätzlich zu den Meldungen von Freunden auch

Inhalte dieser Seiten im Newsfeed angezeigt. Freunde können aber nicht nur eigene Inhalte erstellen, sondern auch Links auf externe Webseiten, etwa Artikel im Netz, setzen. Ein Algorithmus errechnet für jeden Nutzer, welche Inhalte diesen am meisten interessieren. Durch ihn wird festgelegt, welcher Beitrag an welcher Stelle des Newsfeeds auftaucht. Ein Faktor ist etwa, wie oft Beiträge von Freund oder Seite zuvor kommentiert oder unterstützt wurden. (fsc)



Foto: Montage/STANDARD