

Desinformation im Bundestagswahlkampf 2021



Analyse zur Bundestagswahl **2021**

 Analysezeitraum 01.03. bis 31.08.2021

In Kooperation mit:

 NewsGuard und  Fraunhofer
FKIE

Einleitung und Studiendesign	3
Definition des Begriffs Desinformation	4
Key Facts der Untersuchung	5
#1 Allgemeine Berichterstattung zur Bundestagswahl 2021	7
#2 Berichterstattung in nicht-vertrauenswürdigen Medien	26
#3 Desinformationsnarrative in der Wahlkampfberichterstattung	33
#3.1 Desinformationsnarrative zur CDU CSU	45
#3.2 Desinformationsnarrative zur SPD	50
#3.3 Desinformationsnarrative zum Bündnis 90 Die Grünen	54
#4 Backlinkanalyse der Mitglieder des Deutschen Bundestages (MdB)	60
Anhang	70

In Zusammenarbeit mit dem **Fraunhofer-Institut für Kommunikation, Informationsverarbeitung und Ergonomie FKIE** und **NewsGuard** untersucht **pressrelations** die Medienberichterstattung zum Bundestagswahlkampf 2021. Neben der allgemeinen Berichterstattungen rund um Parteien, Politiker:innen sowie thematisierte Wahlkampfthematiken, wird bei der vorliegenden Analyse insbesondere die **Glaubwürdigkeit der Quellen und die Rolle von Desinformationen** beleuchtet.

NewsGuard fokussiert sich auf die Bewertung der populärsten und damit einflussreichsten Onlinemedien. Die Auswahl erfolgt über eine Popularitätsmessung von Online-News-URLs in sozialen Medien. Die am häufigsten geteilten Medien werden regelmäßig von NewsGuard analysiert. Soziale Medien bzw. deren Nutzer:innen werden nicht analysiert, da es sich bei diesen Nutzer:innen nicht um Redaktionen handelt, von denen man die Einhaltung international anerkannter journalistischer Standards verlangen könnte.

Die vorliegende Analyse gibt zunächst Aufschluss über die allgemeine, mediale Dimension des Wahlkampfs inkl. der Politikbereiche, Wahlkampfthemen und dem Anteil der Parteien und der Politiker:innen in deutschsprachigen Onlinemedien und sozialen Medien (Facebook Pages, Twitter, YouTube, Blogs, Foren).

Im Anschluss folgt in diesem Zusammenhang eine detaillierte Betrachtung der **Aktivität und Reichweite von Medien, deren NewsGuard-Score < 60 von 100 möglichen Punkten* beträgt.** Diese Medien werden im Folgenden als **nicht-vertrauenswürdige Medien** bezeichnet.

Die Analyse widmet sich dann den Desinformationsnarrativen, die im Zuge dieser Studie entdeckt und beobachtet wurden. **Voraussetzung für die Aufnahme der Narrative ist deren Erwähnung in nicht-vertrauenswürdigen Medien oder in einem der insgesamt 17 untersuchten Faktenchecker**.** Diese Einschränkung wurde gewählt, um die Vielzahl von Desinformationen reichweitenarmer Accounts in sozialen Medien, welche kaum bis keine Resonanz erzeugen, auszuschließen. Nach einer allgemeinen Betrachtung der ausgewerteten Narrative erfolgt eine diesbezügliche Detailbetrachtung der von Desinformation betroffenen Parteien.

Im letzten Kapitel dieser Studie wird untersucht, **welche Links von Bundestagsabgeordneten (MdB) verbreitet werden** und in welchem Maße diese Links zu Webseiten führen, die als nicht-vertrauenswürdige eingestuft wurden. Zu diesem Zweck wurden alle offiziellen Medienkanäle der 709 aktuellen MdB vom 01. Juni bis zum 31. August 2021 beobachtet und ausgewertet. 652 davon veröffentlichten im Untersuchungszeitraum auswertbare Beiträge auf ihren Kanälen.

* NewsGuard-Score Erläuterung auf Seite 72. | **Auflistung der verwendeten Faktenchecker auf Seite 73.

Desinformation beschreibt das **intentionale** Verbreiten von Informationen, die **falsch** oder in einer Art unvollständig sind, dass falsche Schlüsse impliziert werden, um einer Person, Gesellschaftsgruppe, Organisation oder Nation zu **schaden**. Das Ziel, in den Fällen, die in dieser Analyse betrachtet werden, ist die **politische Einflussnahme** und/oder die unmittelbare oder mittelbare **Schwächung** der freiheitlichen demokratischen Grundordnung.

Definition von Desinformation im Kontext der vorliegenden Analyse

- Im Auswertungszeitraum vom 01. März bis 31. August 2021 konnten insgesamt 4.554 Beiträge **aus nicht-vertrauenswürdigen Medien** identifiziert werden (NewsGuard-Score < 60). Beiträge aus diesen Quellen haben somit einen Anteil von 0,4 Prozent an der Gesamtberichterstattung (n=1.817.712 Beiträge mit Bezug zur Bundestagswahl).
- Die **aktivsten nicht-vertrauenswürdigen Medien** sind dabei *berlinertageszeitung.de* mit 495, *de.rt.com* mit 392 und *journalistenwatch.com* mit 335 Artikeln, die einen Bezug zu mindestens einer der Top6-Parteien – CDU|CSU, SPD, Die Grünen, FDP, AfD, und Die Linke – aufweisen. Hinsichtlich der Reichweite liegt *de.rt.com* mit einer potenziellen, kumulierten Reichweite* von bis zu 775 Mio. Medienkontakten mit riesigem Vorsprung vor allen anderen nicht-vertrauenswürdigen Medien. Auf Rang zwei folgt *journalistenwatch.com* mit 47 Mio. potenziellen Medienkontakten (siehe hierzu auch: Kapitel 2, ab S. 26).
- Insgesamt konnten im Beobachtungszeitraum **48 eindeutige Desinformationsnarrative**** gefunden werden (siehe hierzu: Kapitel 3, ab S. 33). Beiträge zu Desinformationsnarrativen haben demnach einen **Anteil von rund 2,2 Prozent an der Wahlkampfberichterstattung** (25.880 Beiträge) und damit eine größere Dimension als beispielsweise die Themen **Europapolitik** (ca. 18.000 Beiträge), die **Bildungspolitik** (ca. 15.000 Beiträge) oder die **Masken-Affäre** (ca. 14.000 Beiträge).
- **90,5 Prozent** der **Reichweite** von **Desinformationsnarrativen** wird erst durch die Aufklärungsarbeit **vertrauenswürdiger Medien** erzielt, was als ein Dilemma des verantwortungsvollen Journalismus bezeichnet werden kann.
- **20 der 48 analysierten Desinformationsnarrative diskreditieren die Grünen**, gefolgt von CDU|CSU (n=13) und der SPD (n=6). Neun Narrative stellen allgemeine Desinformationen dar, die nicht gegen eine bestimmte Person oder Partei gerichtet sind. **Zu allen anderen Parteien** – wie FDP, Linke, AfD etc. – konnten bis dato **keine Desinformationsnarrative** ermittelt werden, die der Definition von Desinformation dieser Analyse entsprechen.
- Keine Partei ist auch nur annähernd so stark von Desinformation betroffen wie Die Grünen. **Sowohl hinsichtlich des Beitragsaufkommens als auch der Reichweite aller parteibezogenen Desinformationsnarrative entfallen mehr als 90 Prozent auf die Grünen.**
- Insbesondere Kanzlerkandidatin **Annalena Baerbock** steht mit acht Narrativen, die eine vergleichsweise hohe Resonanz erfahren haben, deutlich im Fokus. Sämtliche Desinformationsnarrative zur Spitzenkandidatin der Grünen treten nach der Bekanntgabe ihrer Kandidatur zur Kanzlerin auf; **Angela Merkel** war zuvor Hauptziel von Desinformationen.

*aufaddierte, potenzielle Kontaktmöglichkeiten je Beitrag (Definition auf S. 71) | **Eine Übersicht sämtlicher Desinformationsnarrative findet sich im Anhang ab Seite 74.

- Die **größte mediale Resonanz** nach Beitragsanzahl weist das **Narrativ zu Annalena Baerbocks angeblich falschem Uni-Abschluss** auf (n=16.208 Beiträge). Insbesondere auf Twitter wird dieses Narrativ sehr häufig aufgegriffen. Betrachtet **nach der Reichweite* generieren verbreitete „Sharepics“** mit gefälschten Verbotsforderungen, die den Grünen zugeschrieben werden**, mit 1,7 Milliarden potenziellen Kontakten die größte Reichweite.
- Bei der Betrachtung der Rolle der **nicht-vertrauenswürdigen Medien** bei der **Thematisierung von Desinformationsnarrativen**, ist das **aktivste Medium *freiewelt.net*** (n=25 Beiträge). Die **größte Reichweite** unter den nicht-vertrauenswürdigen Medien generiert jedoch die russische Seite *de.rt.com* (9,68 Mio. potenzielle Kontakte), mit großem Abstand zu *journalistenwatch.com* (1,82 Mio. potenzielle Kontakte) auf Rang zwei.
- Die insgesamt 171 Beiträge zu Desinformationsnarrativen aus nicht-vertrauenswürdigen Medien behandeln vor allem das Narrativ um **Annalena Baerbocks Hochschulabschluss** (n=55), das Thema **Wahlbetrug durch Briefwahl** (n=45) und das Narrativ der **gefälschten Grünen-Verbotsforderungen** (n=33).
- Ergebnis der **gesonderten Auswertung* von Links**, die von **Mitglieder:innen des Bundestags** (MdB) über deren **offizielle Kanäle** verbreitet werden**, ist, dass fast **ausschließlich AfD-Mitglieder Links zu nicht-vertrauenswürdigen Medien** teilen. Insgesamt 250 Mal teilen sie im dreimonatigen Beobachtungszeitraum Links zu Webseiten mit einem NewsGuard-Score von < 60.
- Es gibt jedoch auch **vier Abgeordnete der Partei „Die Linke“**, die insgesamt sechs Mal auf nicht-vertrauenswürdige Seiten verweisen. Bei den Abgeordneten der **übrigen Parteien** konnten **keine derartigen Links** gefunden werden.
- **Am häufigsten verbreitete Martin Erwin Renner (AfD) entsprechende Links, vorwiegend zur Seite report24.news (73 Links)**. Er verweist zudem 18 Mal auf *pi-news.net*, u.a. auf seine eigene Kolumne dort.
- Bei der Rangliste der **am häufigsten verlinkten nicht-vertrauenswürdigen Medien** nehmen **die russischen Medien *de.rt.com* sowie *snanews.de* die Ränge vier und acht** ein. Das Blog des Journalisten Boris Reitschuster ist die am zweithäufigsten verlinkte Quelle.

*aufaddierte, potenzielle Kontaktmöglichkeiten je Beitrag | **Sharepic = Bild mit kurzem, aussagekräftigem Spruch oder Zitat

#1 Allgemeine Berichterstattung zur Bundestagswahl 2021

1.187.712

BEITRÄGE GESAMT

01.03. – 31.08.2021

UNTERSUCHUNGSZEITRAUM

Berichterstattung zur Bundestagswahl 2021: Überblick

Zur Bundestagswahl 2021 im September werden im Untersuchungszeitraum vom 01. März bis 31. August 2021 insgesamt **1.187.712 Beiträge** publiziert, welche eine Reichweite* von rund **432,9 Milliarden potenziellen Kontaktmöglichkeiten** aufweisen. Bis Ende März (KW 13) ist die Berichterstattung zur Wahl vergleichsweise niedrig, nimmt dann jedoch im April sehr

schnell Fahrt auf. Im Zeitverlauf zeigen sich deutliche Peaks in der Berichterstattung in KW 16, KW 23 und KW 34. Der größte Peak der Berichterstattung setzt sich aus den Themen rund um den Afghanistan-Abzug, dem TV-Triell der Kanzlerkandidat:innen und einer allgemein erhöhten Medienaufmerksamkeit zusammen. Der zweitgrößte Peak wird durch den mehrere Wochen

andauernden, sehr öffentlich geführten **Machtkampf innerhalb der Unionsparteien** zwischen **Markus Söder** und **Armin Laschet** aufgebaut, welcher in KW 16 mit der Wahl Armin Laschets zum Kanzlerkandidaten endet. In der selben Woche geben die Grünen nach internen Gesprächen bekannt, dass **Annalena Baerbock ihre Kanzlerkandidatin wird**.

Der kleinere Peak in KW 23 setzt sich aus der Nachberichterstattung zur **Landtagswahl in Sachsen-Anhalt** und der Berichterstattung zum Bundesparteitag der Grünen zusammen. Die Parteitage der anderen Parteien erzeugen hingegen keine Peaks in der Berichterstattung.

Berichterstattung zur BTW 2021 im Zeitverlauf | nach Beitragsanzahl



BASIS: n=1.187.712 Beiträge | *aufaddierte, potenzielle Kontaktmöglichkeiten je Beitrag (Definition auf S. 71)

Berichterstattung zur Bundestagswahl 2021: Kanalverteilung

Zur Untersuchung der Berichterstattung zur Bundestagswahl 2021 werden deutschsprachige Beiträge mit direktem Bezug zur Wahl beobachtet. Berücksichtigt werden hierbei folgende Kanäle: **Online-News, Blogs, Foren, Facebook Pages, Twitter** und **YouTube**. Die größte Anzahl an

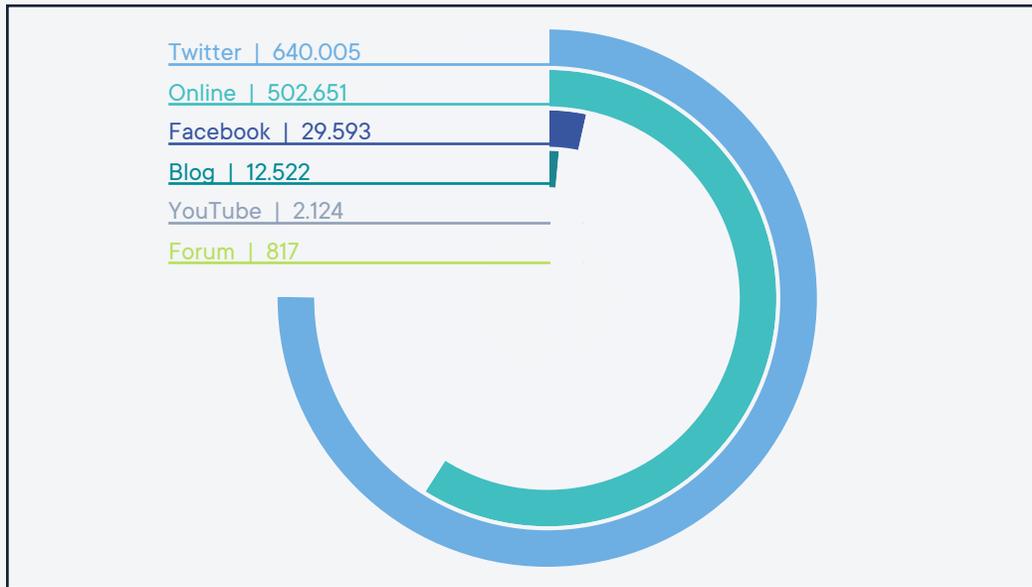
relevanten Beiträgen wird auf Twitter generiert, gefolgt von traditionellen Online-News. Betrachtet man hingegen die Reichweite* der jeweiligen Kanäle, wird deutlich, dass die absolute Mehrheit der medialen Reichweite durch die traditionellen Online-News erzeugt wird, da

die durchschnittliche Anzahl an Lesenden bei Online-News deutlich höher ist als die durchschnittliche Anzahl an Followers je Twitter-Account. Die anderen sozialen Netzwerke weisen eine vergleichsweise niedrige Anzahl an Beiträgen auf. Interessant ist der Vergleich von

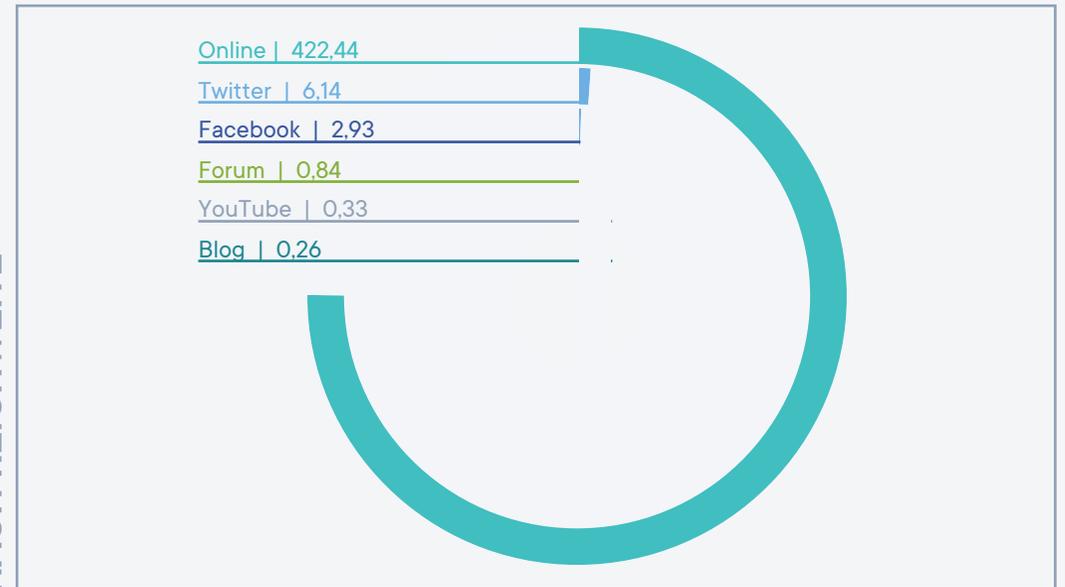
Facebook** und Twitter: Vergleicht man die Beitragsanzahl, weist Facebook nur fünf Prozent der Twitter-Beitragsanzahl auf. Betrachtet man die Reichweite, stellt man fest, dass diese fünf Prozent ca. 47 Prozent der Twitter-Reichweite entsprechen.

Medienverteilung der Berichterstattung | nach Beitragsanzahl & Reichweite* (in Mrd.)

NACH BEITRAGSANZAHL



NACH REICHWEITE



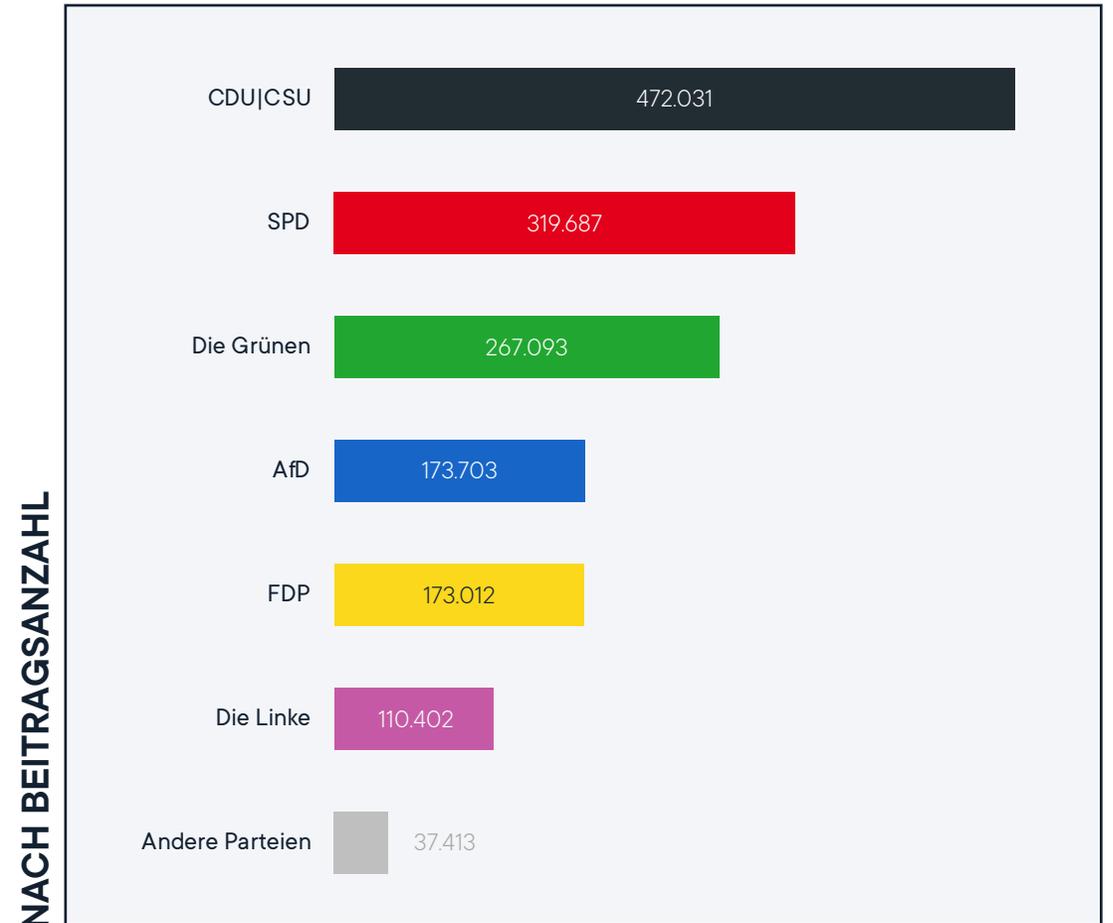
BASIS: n=1.187.712 Beiträge | *aufaddierte, potenzielle Kontaktmöglichkeiten je Beitrag (Definition auf S. 71) | **Es können ausschließlich Beiträge von Facebook-Pages beobachtet werden.

Berichterstattung zu den Parteien in Überblick I

Rund zwei Drittel (64,3 %) der Beiträge (n=763.698) zur Bundestagswahl 2021 weisen einen Bezug zu mindestens einer der 42 beobachteten Parteien auf – Mehrfachnennungen der einzelnen Parteien je Beitrag sind hierbei möglich. In der direkten Gegenüberstellung zeigt sich, dass ein **Großteil der Beiträge einen Bezug zu den Unionsparteien der CDU und CSU nimmt** (n=472.031), gefolgt von Thematisierungen der SPD (n=319.687) und der Grünen (n=267.093). Neben den Top6-Parteien – CDU|CSU, SPD, Die Grünen, FDP, AfD, und Die Linke – werden die **anderen analysierten Parteien in lediglich 3,2 Prozent der Beiträge** zur Bundestagswahl thematisiert (n=37.413). Die meisten Nennungen entfallen hier auf die Piratenpartei (14.681 Beiträge), sowie die Partei Freie Wähler (10.043 Beiträge). Mit größerem Abstand rangieren auf

den weiteren Plätzen die Parteien Volt (3.702 Beiträge), ÖDP (3.353 Beiträge) und dieBasis (2.598 Beiträge). Darüber hinaus generieren die Beiträge mit Parteibezug eine **Reichweite** von insgesamt 392,8 Milliarden potenziellen Kontaktmöglichkeiten**. Beiträge, in denen u.a. die CDU|CSU genannt wird, erzielen hierbei mit ca. 295,5 Milliarden potenziellen Kontaktmöglichkeiten die größte Reichweite, gefolgt von der SPD (221,4 Mrd. Kontaktmöglichkeiten) und den Grünen (168,5 Mrd. potenzielle Kontakte). Interessant ist auch, dass die Verteilung der Nennungen der Top6-Parteien innerhalb der Wahlkampfberichterstattung große **Ähnlichkeiten zu den Verteilungen der Wahlumfragen** aufweist (Zeitraum: März – August 2021). Wie sich die Verteilung bis zur Wahl im September noch entwickeln wird, bleibt jedoch abzuwarten.

Anteile der Parteien an der Berichterstattung & Top6-Parteien | nach Beitragsanzahl*

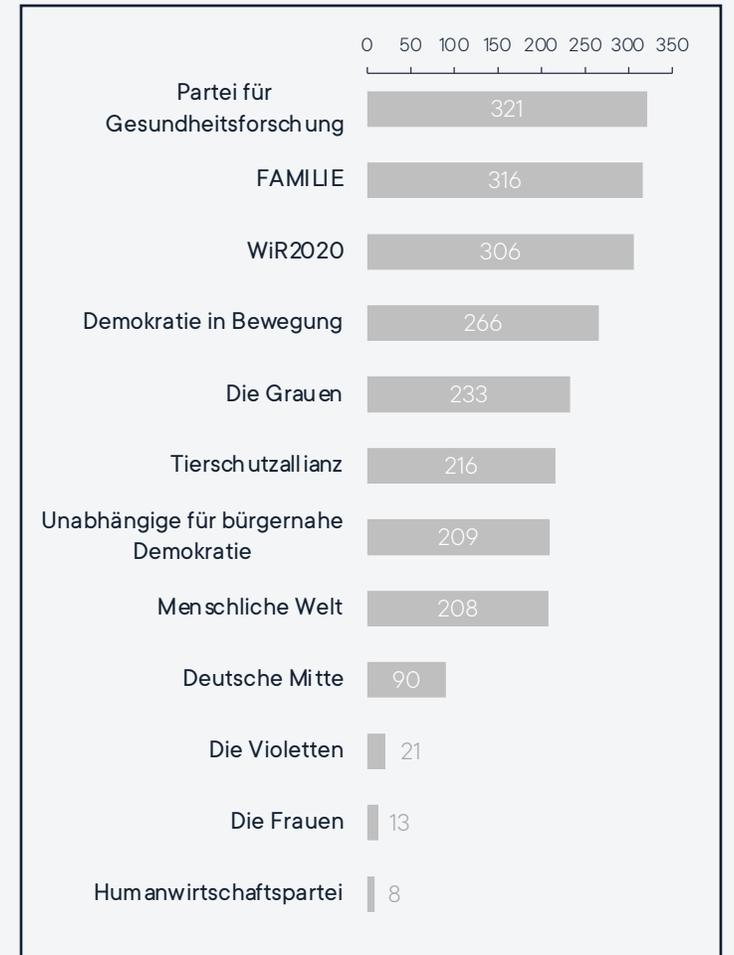
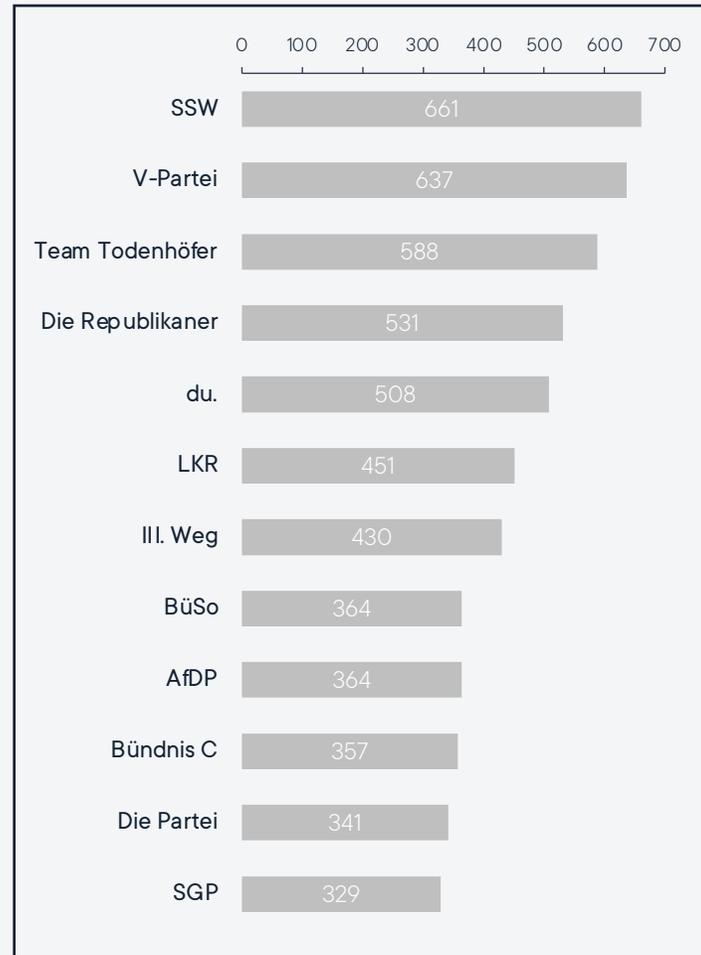
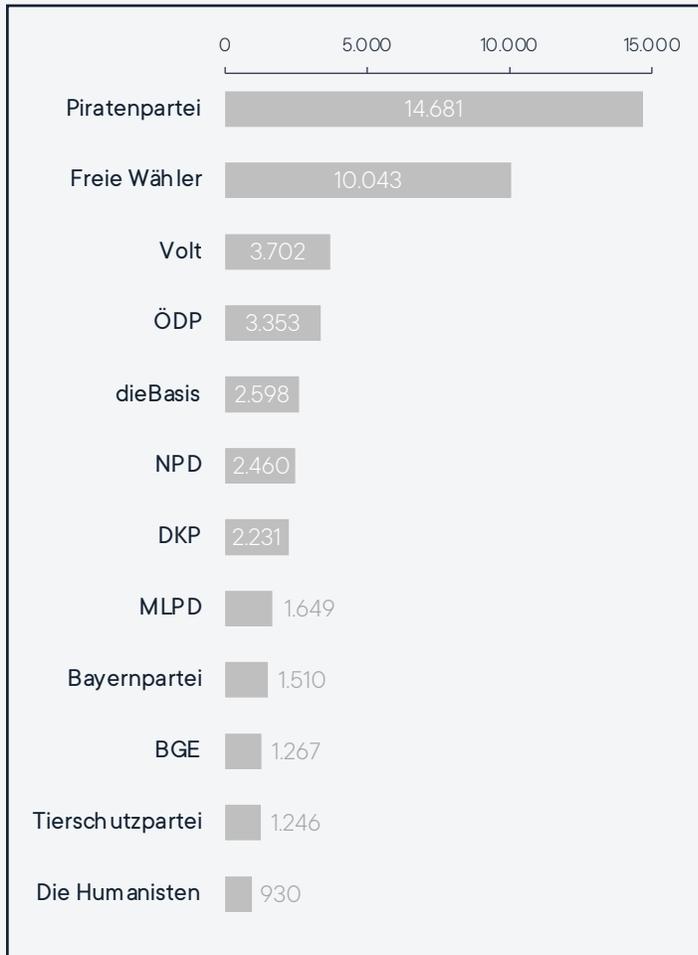


NACH BEITRAGSANZAHL

Berichterstattung zu den Parteien in Überblick II

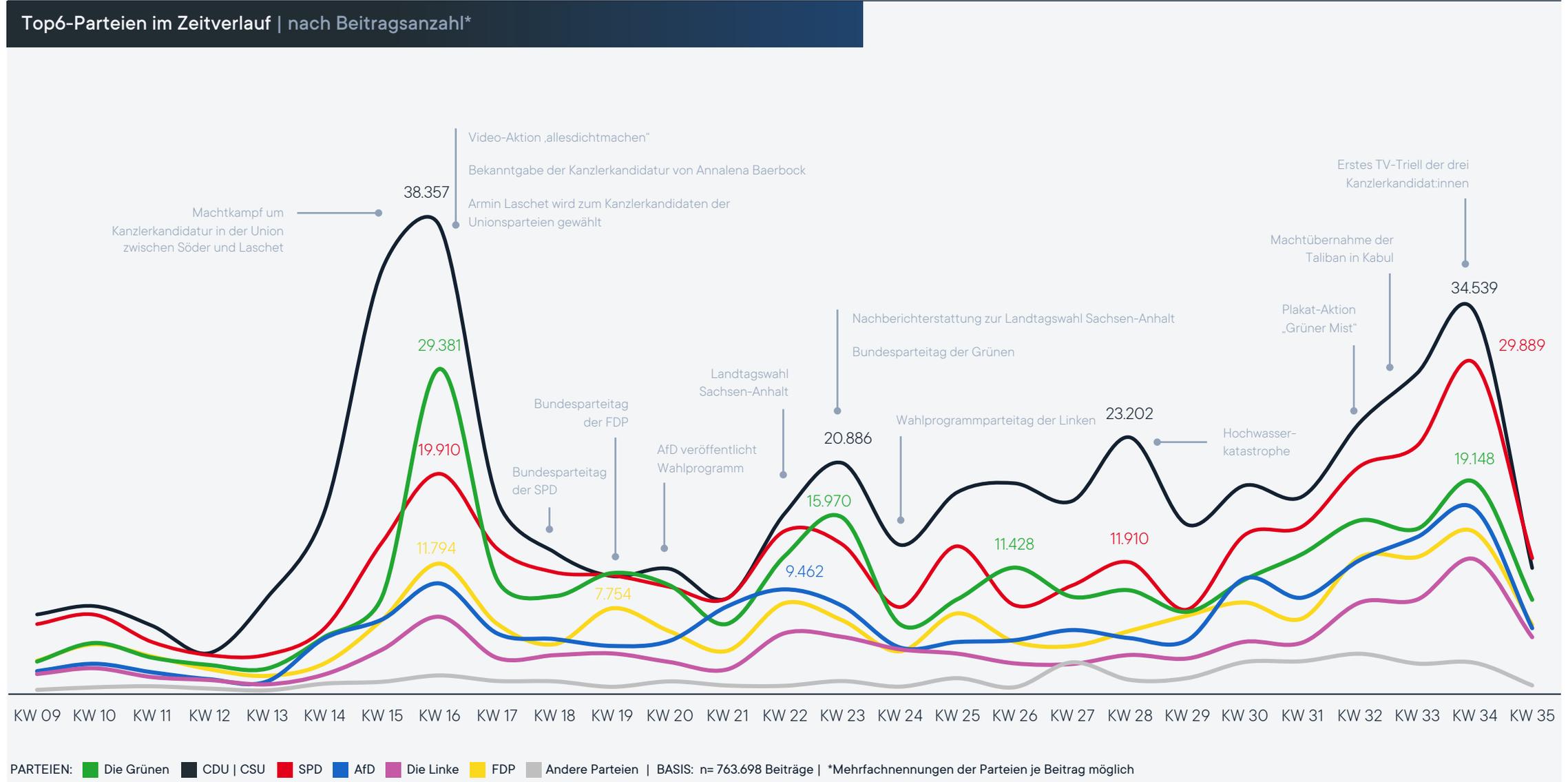
Anteile der übrigen 36 Parteien an der Wahlberichterstattung | nach Beitragsanzahl*

NACH BEITRAGSANZAHL



BASIS: n= 37.413 Beiträge | *Mehrfachnennungen der Parteien je Beitrag möglich.

Berichterstattung zu den Top6-Parteien im Zeitverlauf



Parteien & NewsGuard-Ranks: Gesamtübersicht

Aufgrund der Fokussierung auf die populärsten und damit einflussreichsten Onlinemedien und weil man Nutzer:innen sozialer Medien nicht bezüglich der Einhaltung journalistischer Standards bewerten kann, sind **78,08 Prozent der Beiträge zur Wahl, die min. eine Nennung**

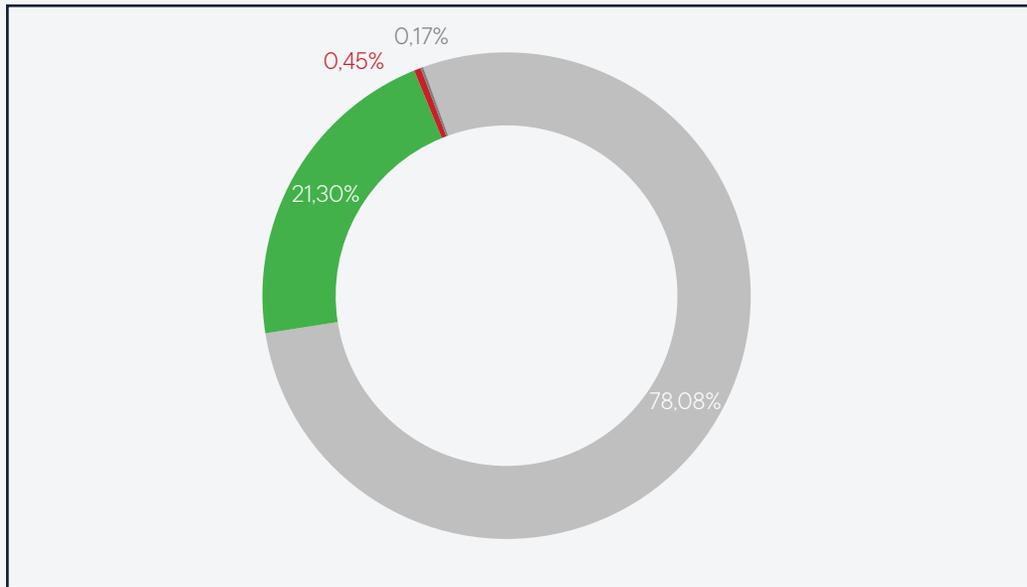
der Top6-Parteien enthalten, unbewertet. In diesem Anteil befinden sich demnach hauptsächlich Tweets und andere Beiträge aus den beobachteten sozialen Netzwerken sowie weniger populäre Onlinemedien. Betrachtet man die Verteilung nicht nach Anzahl der

Beiträge, sondern nach deren potenzieller Reichweite**, so wird deutlich, dass die **bewerteten Medien ca. 91 Prozent der Gesamtreichweite der Wahlberichterstattung (357,2 Mrd. Kontakte) abdecken.** Hierbei fällt auf, dass die Beiträge aus nicht-vertrauenswürdigen

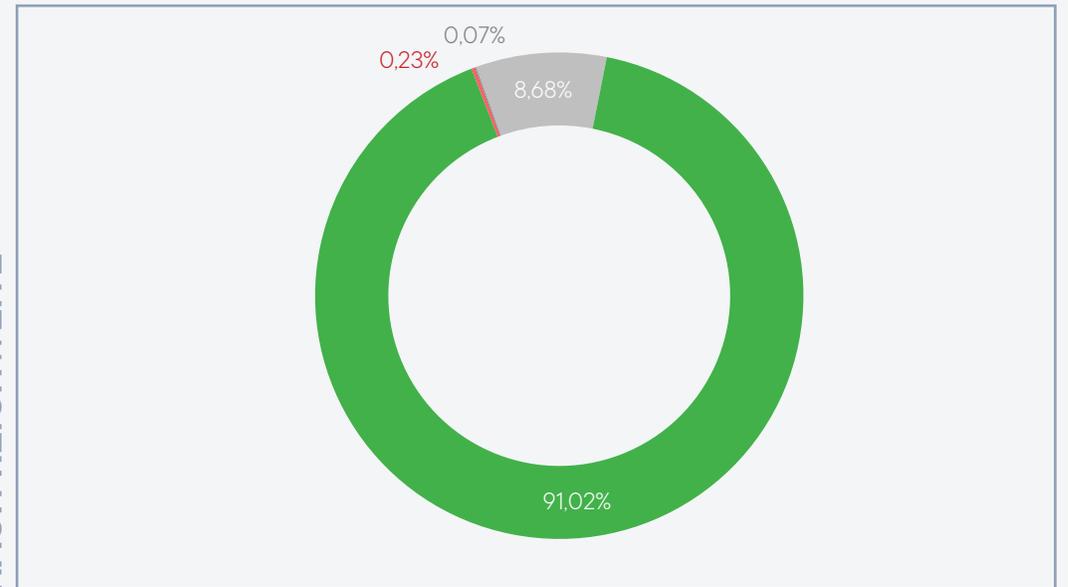
Medien selbst einen sehr geringen Anteil an der Gesamtreichweite haben. Dennoch genießen die Narrative, die sie generieren, teilweise eine hohe Popularität in den sozialen Medien.

Verteilung der Top6-Parteien nach NewsGuard-Ranks (Gesamt) | nach Beitragsanzahl* & Reichweite** (in Mrd.)

NACH BEITRAGSANZAHL



NACH REICHWEITE

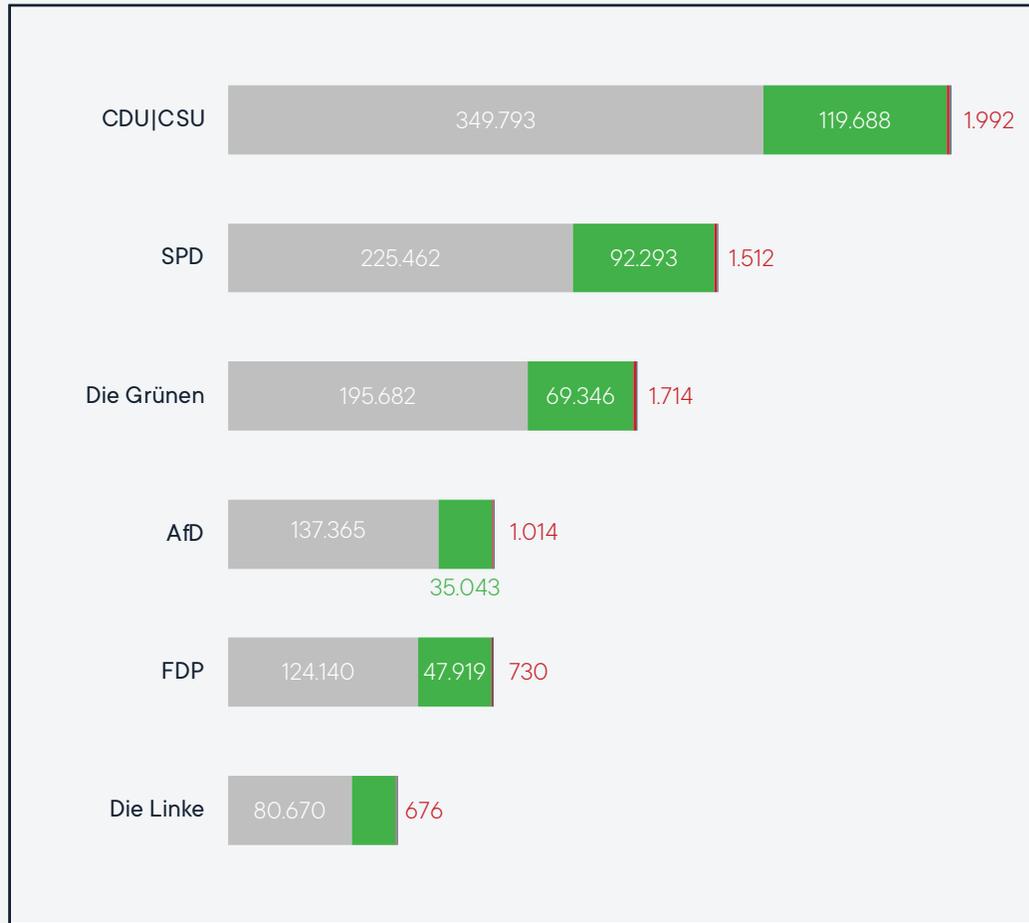


NEWSGUARD-RANK: Vertrauenswürdig (Score ≥ 60) Nicht-vertrauenswürdig (Score < 60) Kein Rank Plattform Satire | BASIS: n=744.152 Beiträge | *Mehrfachnennungen (Parteien) je Beitrag möglich | **Definition auf S. 71

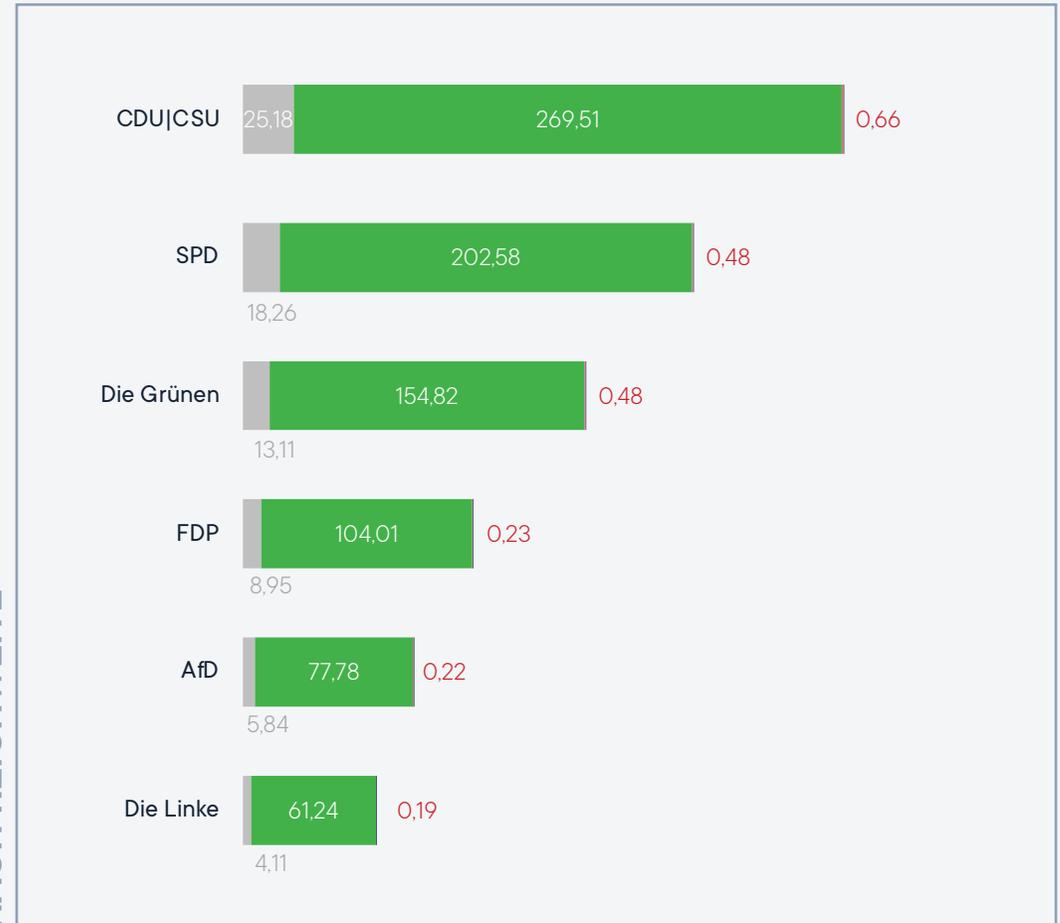
Parteien & NewsGuard-Ranks

Top6-Parteien nach NewsGuard-Rank | nach Beitragsanzahl* & Reichweite** (in Mrd.)

NACH BEITRAGSANZAHL



NACH REICHWEITE



NEWSGUARD-RANK: Vertrauenswürdig (Score ≥ 60) Nicht-vertrauenswürdig (Score < 60) Kein Rank Plattform Satire | BASIS: n=744.152 Beiträge | *Mehrfachnennungen der Parteien je Beitrag möglich | **Definition auf S. 71

Berichterstattung zu Politiker:innen

Betrachtet man – unabhängig von Ämtern – Häufigkeit und Reichweite der Erwähnungen aller Politiker:innen – wird deutlich, dass die **Politiker:innen der Unionsparteien am häufigsten erwähnt**

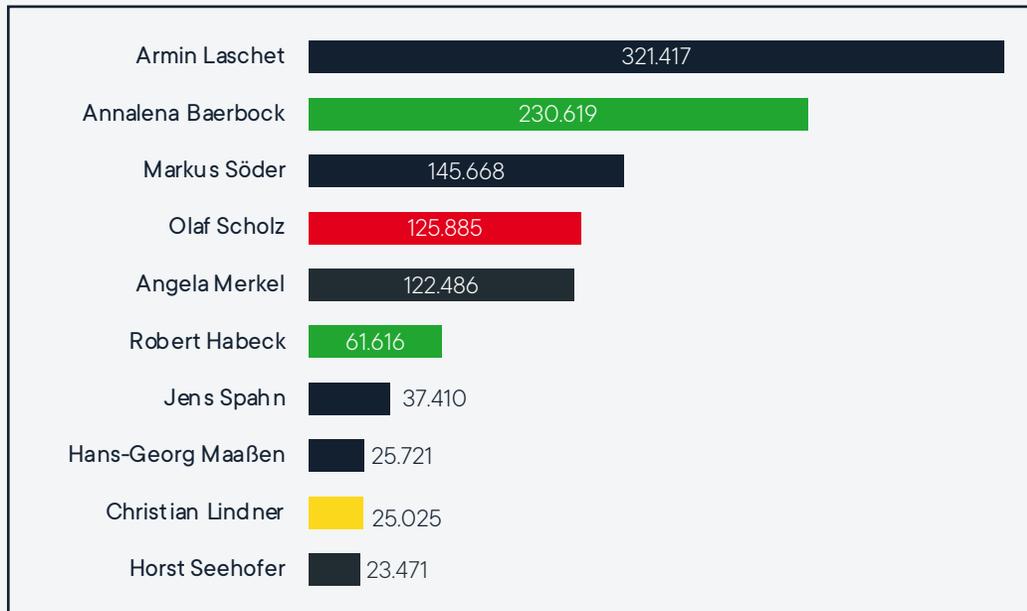
werden. Insgesamt sechs Mal tauchen Politiker:innen der CDU|CSU im Ranking nach Beitragsanzahl auf; fünf Mal im Ranking nach Reichweite. Markus Söder ist hauptsächlich aufgrund des medial sehr

öffentlich ausgetragenen Machtkampfes der Union im April weit oben gelistet. Bemerkenswert ist auch, dass **keine Politiker:innen der Linken und der AfD auf den ersten zehn Plätzen des Rankings zu**

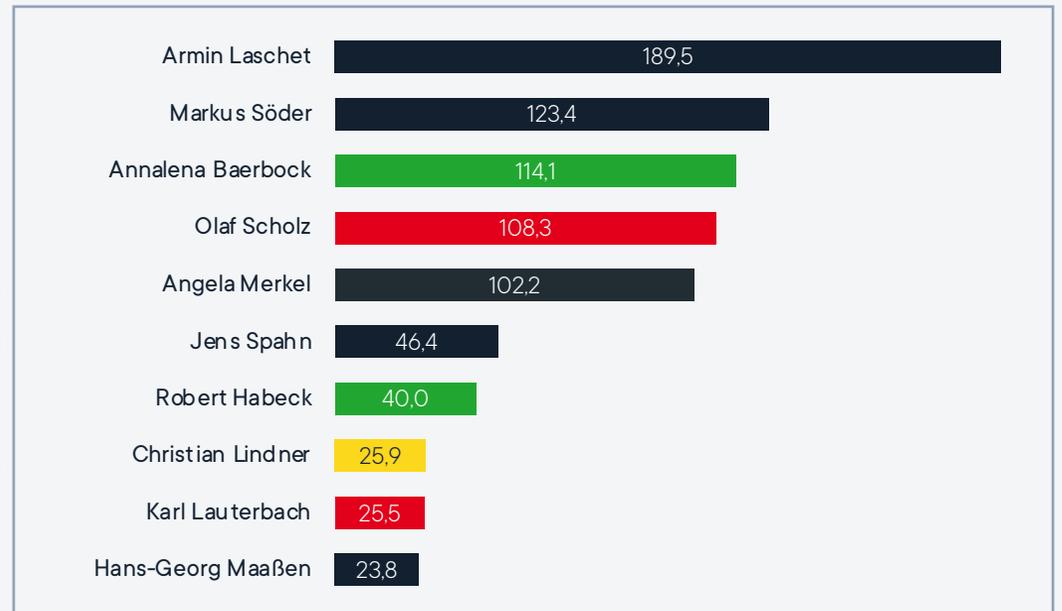
finden sind. Alice Weidel (AfD) ist nach Beitragsanzahl auf Rang 13, Dietmar Bartsch (Linke) auf Rang 19 zu finden.

Top10-Politiker:innen | nach Beitragsanzahl* & Reichweite** (in Mrd.)

NACH BEITRAGSANZAHL



NACH REICHWEITE



PARTEIEN: Die Grünen CDU | CSU SPD AfD Die Linke FDP | BASIS: n= 687.578 Beiträge zu Politiker:innen | *Mehrfachnennungen der Politiker:innen je Beitrag möglich | **Definition auf S. 71

Politiker:innen & NewsGuard-Ranks

Bei der Betrachtung der zehn medial am häufigsten erwähnten Politiker:innen fällt auf, dass **Annalena Baerbock am häufigsten in nicht-vertrauenswürdigen Medien** erwähnt wird, obwohl sie insgesamt über eine geringere Medienpräsenz verfügt als Armin Laschet. Angela Merkel hingegen

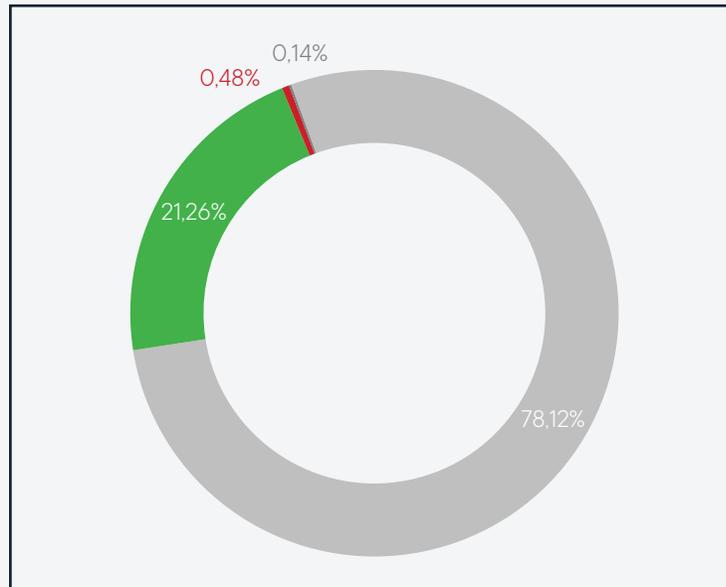
wird am zweithäufigsten von nicht-vertrauenswürdigen Medien thematisiert. Im Vergleich der Kanzlerkandidat:innen ist **Olaf Scholz erst auf Rang vier hinter Markus Söder** zu finden. Der Anteil der von NewsGuard bewerteten Medien, worunter hier die aufaddierten,

potenziellen Kontaktmöglichkeiten je Beitrag verstanden werden, ist, wie auch bei der Verteilung gemäß der einzelnen Parteien (Grafik auf S. 13), für **insgesamt rund 91 Prozent der Gesamtreichweite** (332,2 Mrd. potenzielle Kontaktmöglichkeiten) verantwortlich. Der

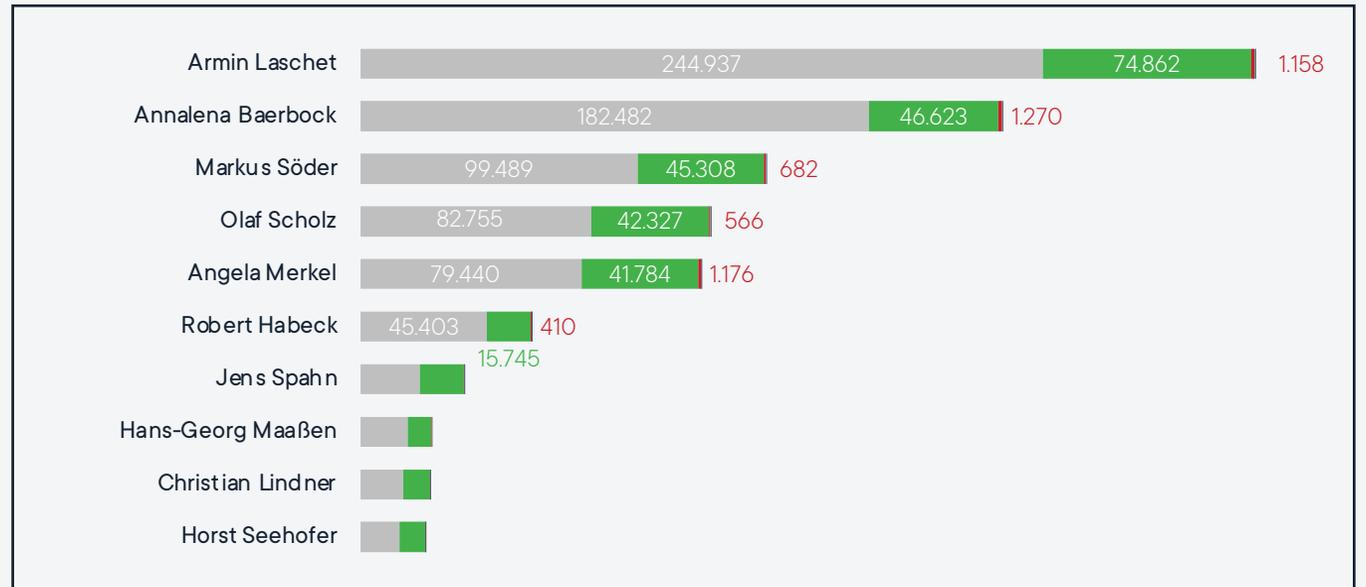
hohe Anteil unbewerteter Beiträge setzt sich aus Beiträgen aus sozialen Medien sowie aus weniger populären Onlinemedien zusammen.

Top10-Politiker:innen nach NewsGuard-Rank | nach Beitragsanzahl*

VERTEILUNG NACH NEWSGUARD-RANKS



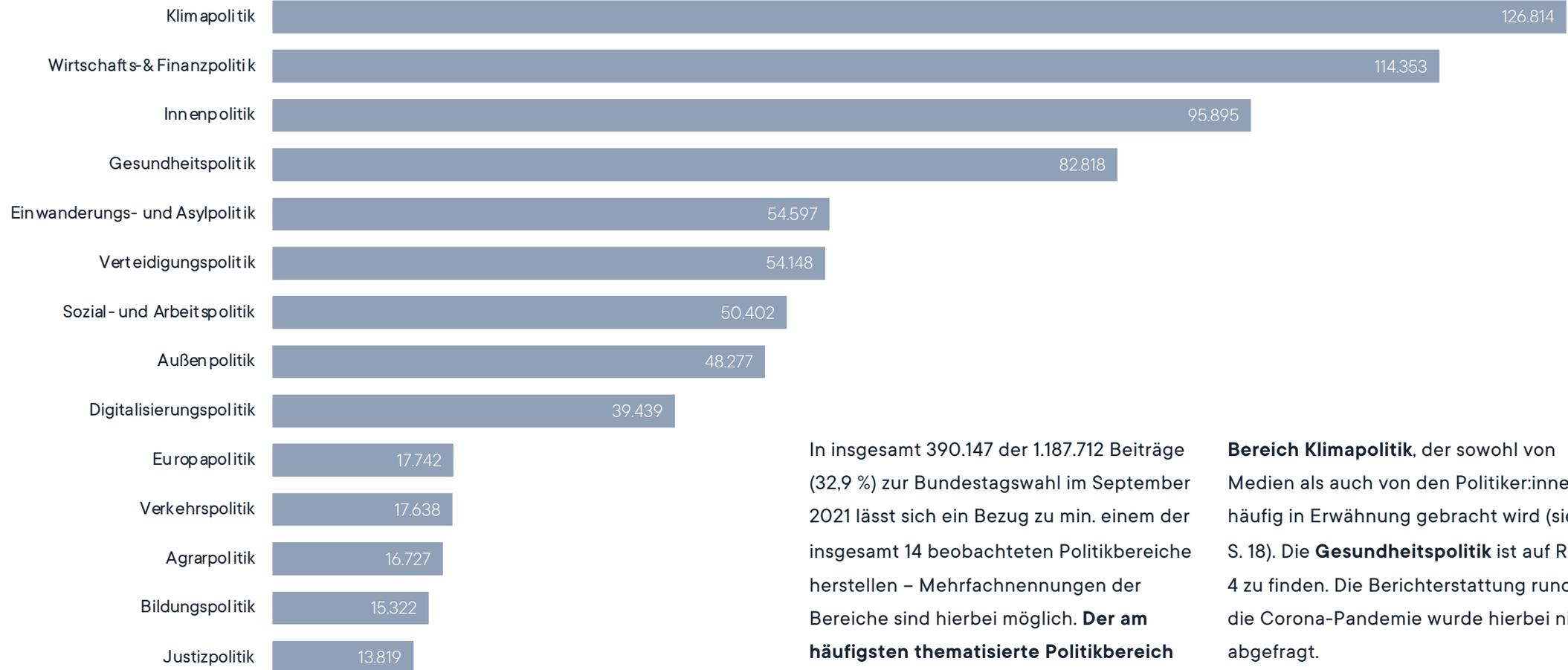
VERTEILUNG NACH NEWSGUARD-RANKS



NEWSGUARD-RANK: Vertrauenswürdig (Score ≥ 60) Nicht-vertrauenswürdig (Score < 60) Kein Rank Plattform Satire | BASIS: n=687.578 Beiträge zu Politiker:innen | *Mehrfachnennungen der Politiker:innen je Beitrag möglich

Politikbereiche im Überblick

Politikbereiche im Überblick | nach Anzahl der Beiträge*



In insgesamt 390.147 der 1.187.712 Beiträge (32,9 %) zur Bundestagswahl im September 2021 lässt sich ein Bezug zu min. einem der insgesamt 14 beobachteten Politikbereiche herstellen – Mehrfachnennungen der Bereiche sind hierbei möglich. **Der am häufigsten thematisierte Politikbereich der Wahlkampfberichterstattung ist der**

Bereich Klimapolitik, der sowohl von Medien als auch von den Politiker:innen häufig in Erwähnung gebracht wird (siehe S. 18). Die **Gesundheitspolitik** ist auf Rang 4 zu finden. Die Berichterstattung rund um die Corona-Pandemie wurde hierbei nicht abgefragt.

Politikbereiche & Parteien

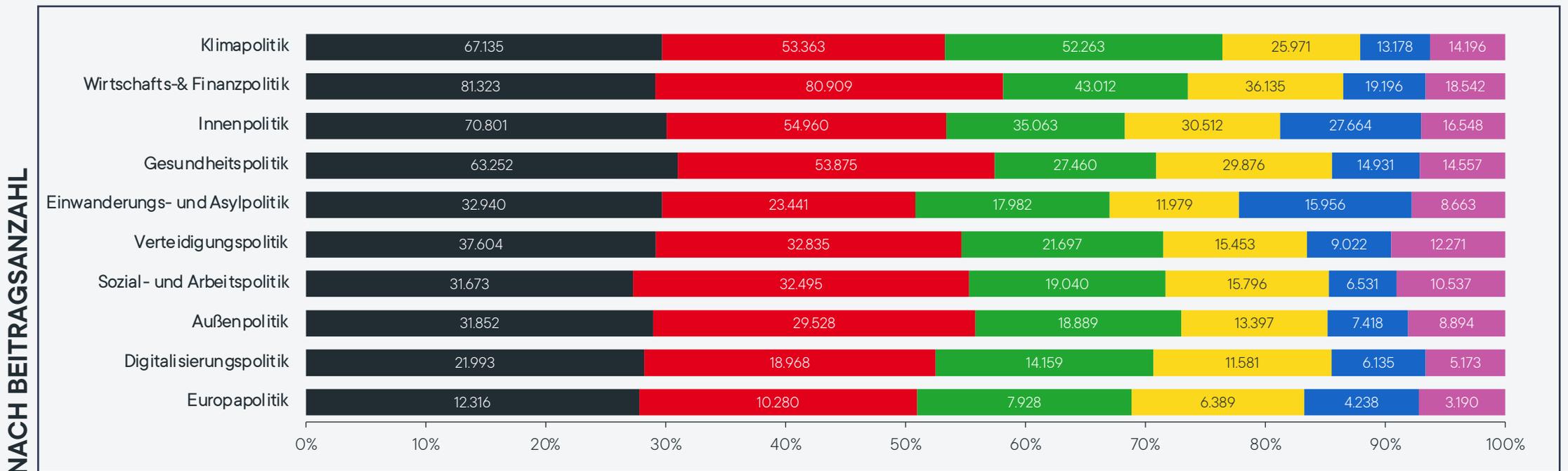
Eine Aufspaltung der zehn am häufigsten genannten Politikbereiche nach Parteien zeigt, welche Schwerpunkte von den einzelnen Parteien gesetzt werden bzw. von den Medien mit diesen Parteien in

Verbindung gebracht werden. Während die **Grünen erwartbar am stärksten mit der Klimapolitik verbunden** werden, ist es bei den **Linken die Verteidigungs- und Sozialpolitik**. Die **AfD wird am häufigsten**

mit innenpolitischen Themen und Einwanderung genannt. Die Union führt aufgrund der größten Gesamtanzahl an Beiträgen alle Kategorien an und wird am häufigsten mit der Gesundheitspolitik,

bedingt durch die Corona-Pandemie, in Verbindung gebracht. Die SPD wird am häufigsten im Zusammenhang mit Wirtschafts- und Gesundheitspolitik erwähnt.

Top10-Politikbereiche & Top6-Parteien | nach Beitragsanzahl*



PARTEIEN: Die Grünen CDU | CSU SPD AfD Die Linke FDP | BASIS: n= 311.512 Beiträge | *Mehrfachnennungen möglich

Wahlkampfthemen im Überblick

Wahlkampfthemen im Überblick | nach Anzahl der Beiträge*



In insgesamt 380.380 der 1.187.712 Beiträge (32,0 %) zur Bundestagswahl im September 2021 lässt sich ein Bezug zu min. einem der insgesamt 22 beobachteten Wahlkampfthemen herstellen – Mehrfachnennungen der Themen sind hierbei möglich.

Die Corona-Pandemie stellt, mit großem Abstand und erwartbar, das Top-Thema in der Wahlberichterstattung dar. Die in diesem Zusammenhang stehende **Masken-affäre erreicht Rang acht** im Ranking. Das Thema **Desinformation ist mit 9.857**

Beiträgen auf Rang elf zu finden, ist somit keines der Top-Themen im Wahlkampf und bezüglich der Präsenz vergleichbar mit dem **Wirecard-Skandal**.

Die Einflussnahme ausländischer Akteur:innen ist gleich drei Mal im Ranking zu finden: Russland, China und die Türkei werden hierbei genannt, wobei die Einflussnahme Russlands deutlich am häufigsten thematisiert wird und Rang sieben belegt.

Wahlkampfthemen & Parteien

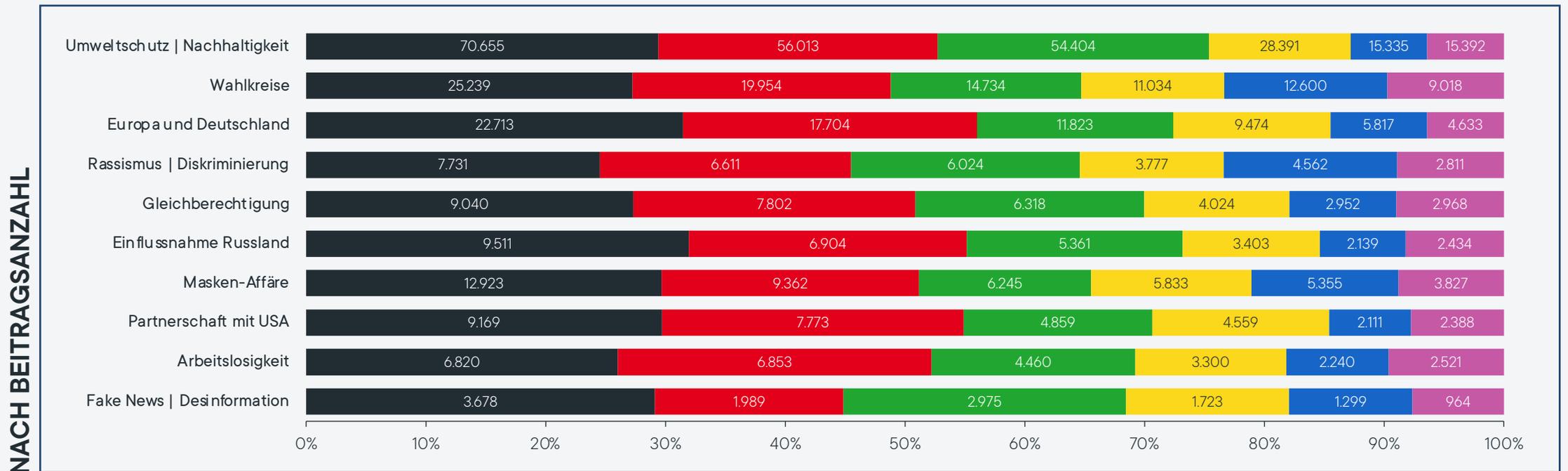
Die Aufteilung der Wahlkampfthemen nach den Top6-Parteien zeigt einige erwartbare Schwerpunkte. Die **AfD** wird beispielsweise am häufigsten in

Verbindung mit dem Thema Rassismus und Diskriminierung erwähnt, die **Grünen** haben ihren größten Themenanteil bei **Umweltschutz und Nachhaltigkeit**. Wenn

es um das Thema Desinformation geht, wird neben den Grünen am häufigsten die CDU|CSU mit erwähnt. Die Unionsparteien werden jedoch vergleichsweise selten

genannt, wenn es um tatsächliche Desinformationsnarrative geht (siehe Kapitel 3, ab S. 33).

Top10-Wahlkampfthemen* & Top6-Parteien | nach Beitragsanzahl**



PARTEIEN: Die Grünen CDU | CSU SPD AfD Die Linke FDP | BASIS: n= 292.345 Beiträge | *exklusive dem Top-Thema Corona-Pandemie | **Mehrfachnennungen möglich

Berichterstattung zu den Spitzenkandidat:innen

Bei einer Gegenüberstellung der Spitzenkandidat:innen der Top6-Parteien zeigt sich, dass die beiden Kandidat:innen der Linken zusammen am wenigsten Erwähnung finden, während die Kandidat:innen

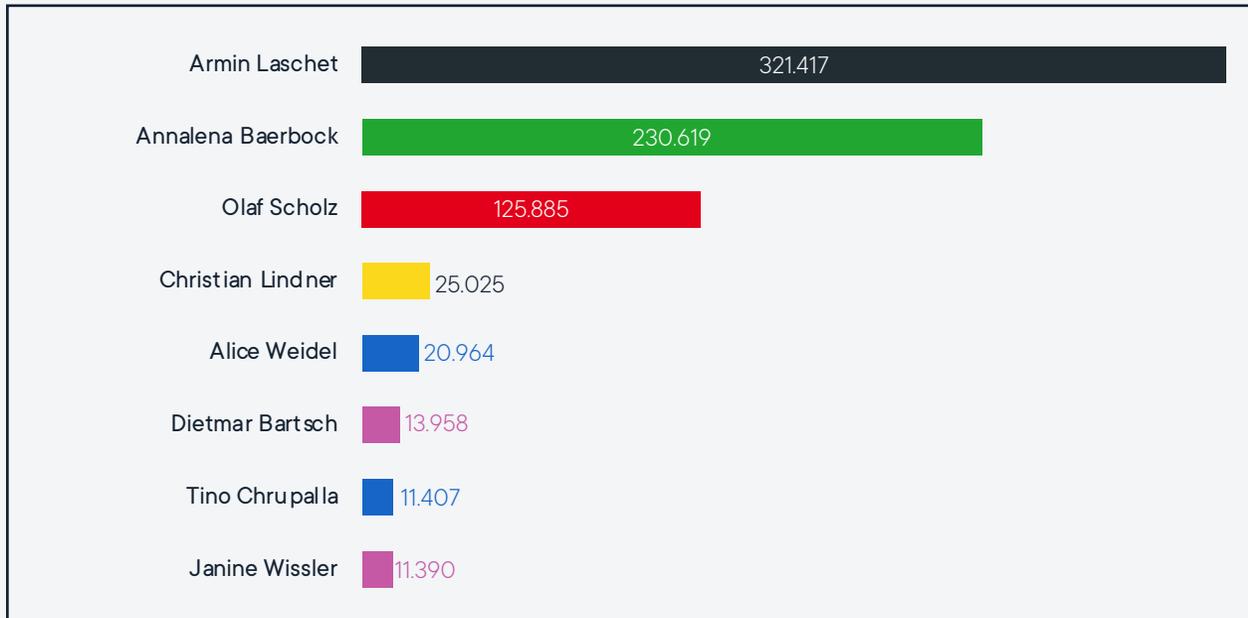
der AfD zusammen die geringste Reichweite** in der Berichterstattung erzielen. **Die drei Kanzlerkandidat:innen führen erwartungsgemäß das Ranking an – sowohl nach Häufigkeit als auch Reich-**

weite. Olaf Scholz generiert im Vergleich zu den anderen Kanzlerkandidat:innen mit Abstand die geringste Medienaufmerksamkeit; nach Reichweite liegt er jedoch nur leicht hinter Annalena Baerbock. Der Grund

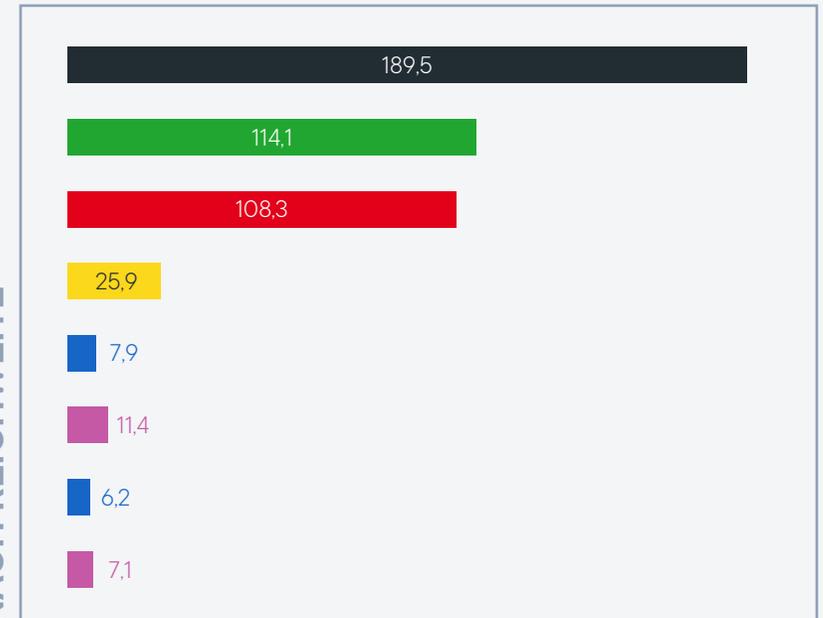
hierfür ist **Baerbocks hohe Präsenz in sozialen Medien** (auf Twitter ca. 50 %), die eine geringere Reichweite als Online-medien besitzen, in denen Olaf Scholz zu über 90 Prozent erwähnt wird.

Spitzenkandidat:innen | nach Beiträgen* & Reichweite** (in Mrd.)

NACH BEITRAGSANZAHL

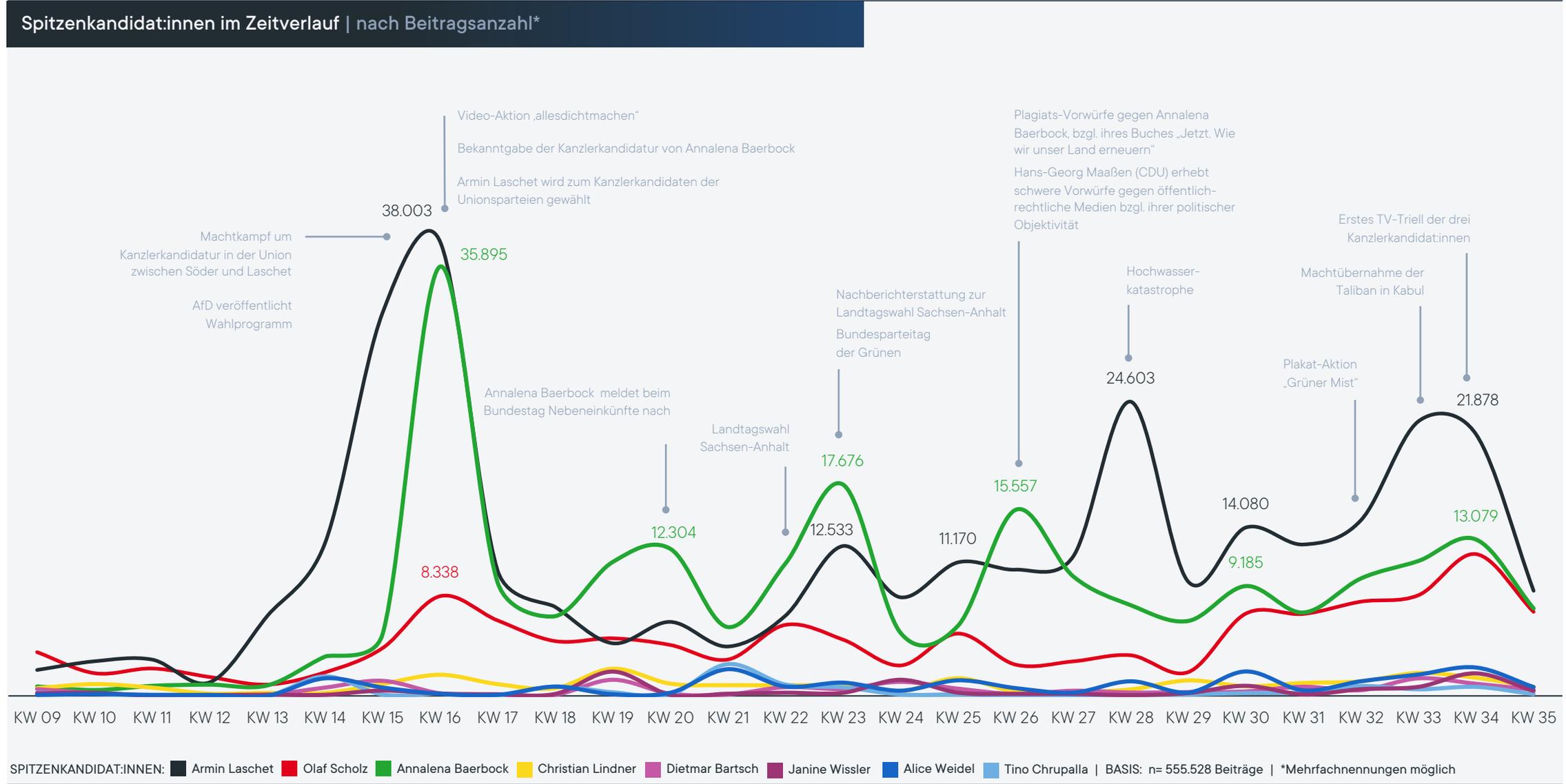


NACH REICHWEITE



PARTEIEN: Die Grünen CDU | CSU SPD AfD Die Linke FDP | BASIS: n= 555.528 Beiträge | *Mehrfachnennungen der Kandidat:innen je Beitrag möglich | **aufaddierte, potenzielle Kontaktmöglichkeiten je Beitrag (Definition auf S. 71)

Berichterstattung zu den Spitzenkandidat:innen im Zeitverlauf



Spitzenkandidat:innen & NewsGuard-Ranks

Betrachtet man die Berichterstattung zu den Spitzenkandidat:innen nach Verteilung der NewsGuard-Ranks zeigt sich, dass **Annalena Baerbock am häufigsten von nicht-vertrauenswürdigen Medien erwähnt** wird (n=1.270), gefolgt von Armin

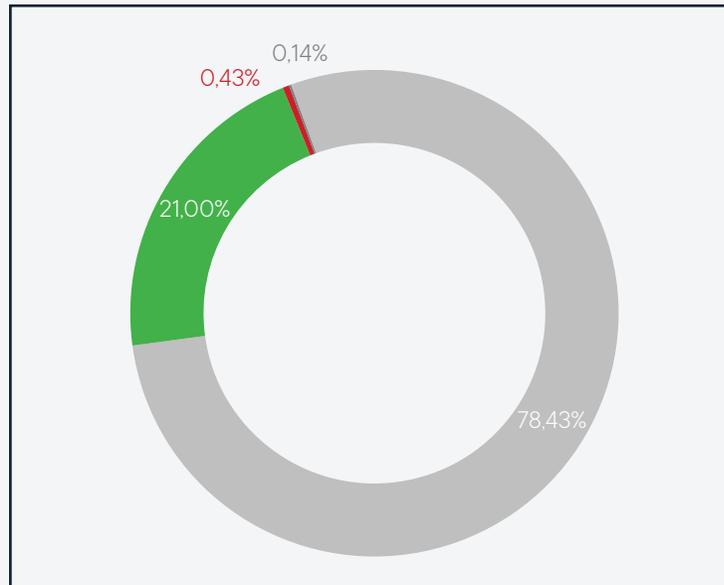
Laschet mit 1.158 Beiträgen und Olaf Scholz mit 566 Beiträgen. Bei der Verteilung der NewsGuard-Ranks nach Reichweite* zeigt sich jedoch, dass Beiträge zu Annalena Baerbock in nicht-vertrauenswürdigen Medien mit 369 Mio. potenziellen Lesenden

lediglich die zweitgrößte Reichweite generieren. Armin Laschet erzielt in den nicht-vertrauenswürdigen Medien mit 456 Mio. potenziellen Kontakten den ersten Rang aufgrund einer hohen Medienaufmerksamkeit von den reichweitenstarken Medien

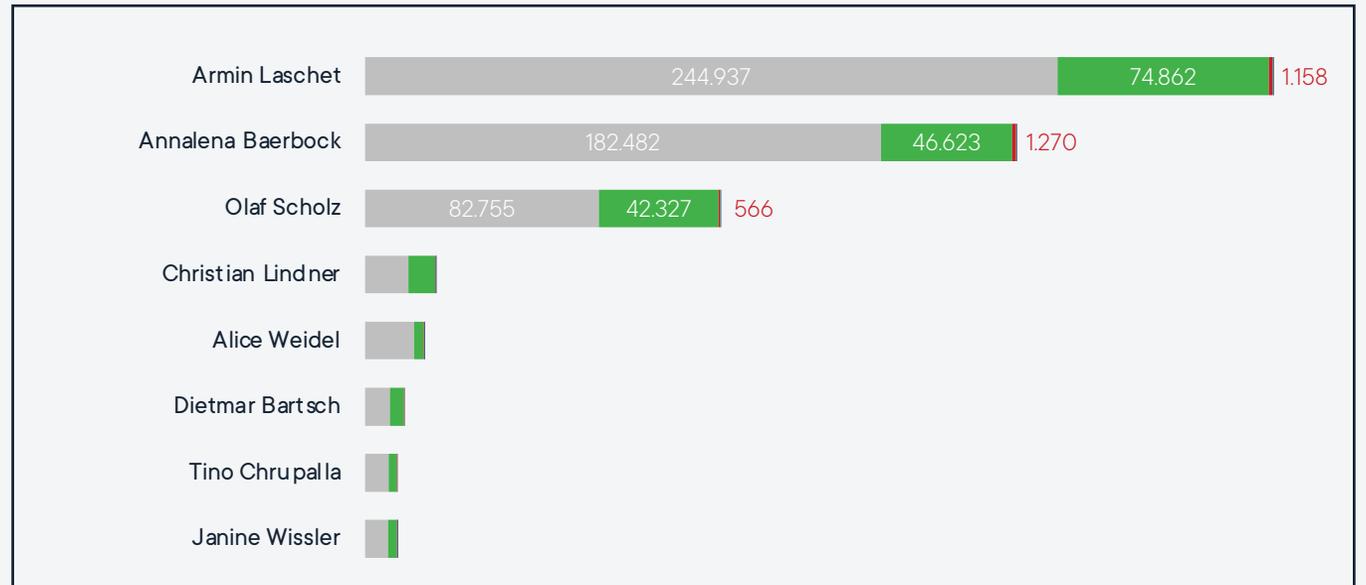
de.rt.com, The Epoch Times Deutschland und *journalistenwatch.com*. Olaf Scholz liegt hinsichtlich der Reichweite mit 204 Mio. potenziellen Kontakten auf Rang vier hinter Angela Merkel (320 Mio. potenzielle Kontaktmöglichkeiten).

Spitzenkandidat:innen nach NewsGuard-Rank | nach Beitragsanzahl**

VERTEILUNG NACH NEWSGUARD-RANKS



VERTEILUNG NACH NEWSGUARD-RANKS



NEWSGUARD-RANK: Vertrauenswürdig (Score ≥ 60) Nicht-vertrauenswürdig (Score < 60) Kein Rank Plattform Satire | BASIS: n= 555.528 Beiträge | *Definition auf S. 71 | **Mehrfachnennungen der Politiker:innen je Beitrag möglich

Politikbereiche & Spitzenkandidat:innen

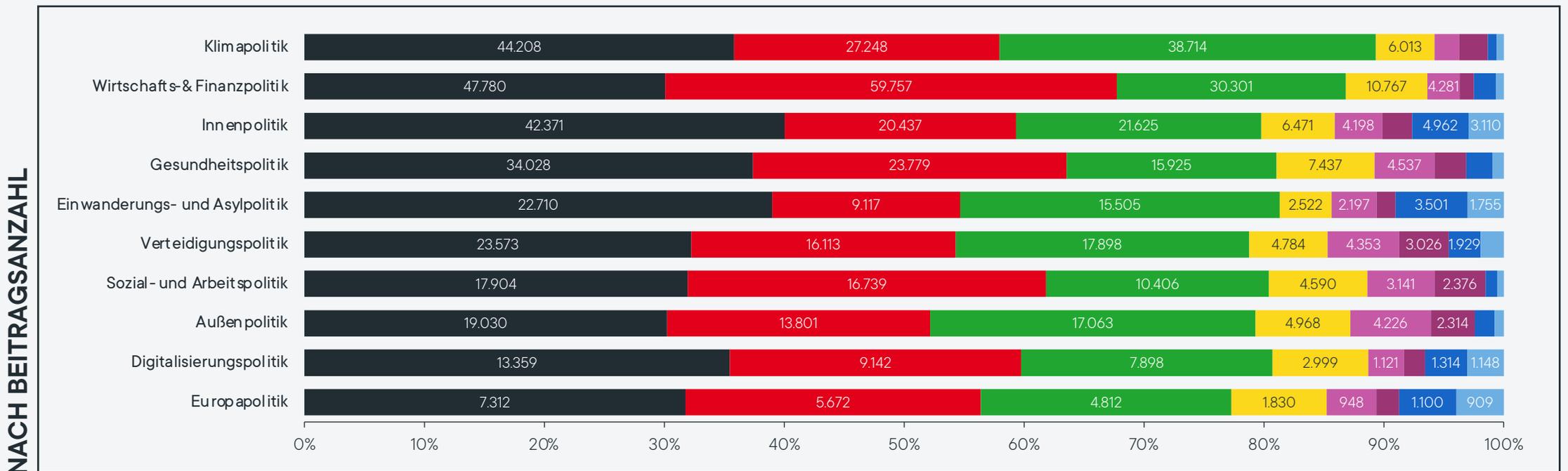
Die Aufspaltung der Politikbereiche nach den Spitzenkandidat:innen zeigt deutliche Schwerpunkte einzelner Personen:
Baerbock besetzt das Thema Klima-

politik, Scholz das Thema Wirtschafts-
politik. Innenpolitische Themen sowie die
Einwanderungs- und Asylpolitik werden
am häufigsten in Verbindung mit Armin

Laschet thematisiert. Die Linken-Kandi-
dat:innen werden häufig im Kontext der
Sozial- und Arbeitspolitik genannt; die AfD-
Kandidat:innen haben hingegen ihren

größten Anteil im Bereich Einwanderungs-
und der Europapolitik. Zu Christian Linder
sind keine expliziten Schwerpunkte in der
Berichterstattung auszumachen.

Top10-Politikbereiche & Spitzenkandidat:innen | nach Beitragsanzahl*



SPITZENKANDIDAT:INNEN: ■ Armin Laschet ■ Olaf Scholz ■ Annalena Baerbock ■ Christian Lindner ■ Dietmar Bartsch ■ Janine Wissler ■ Alice Weidel ■ Tino Chrupalla | BASIS: n= 233.815 Beiträge | *Mehrfachnennungen möglich.

Wahlkampfthemen & Spitzenkandidat:innen

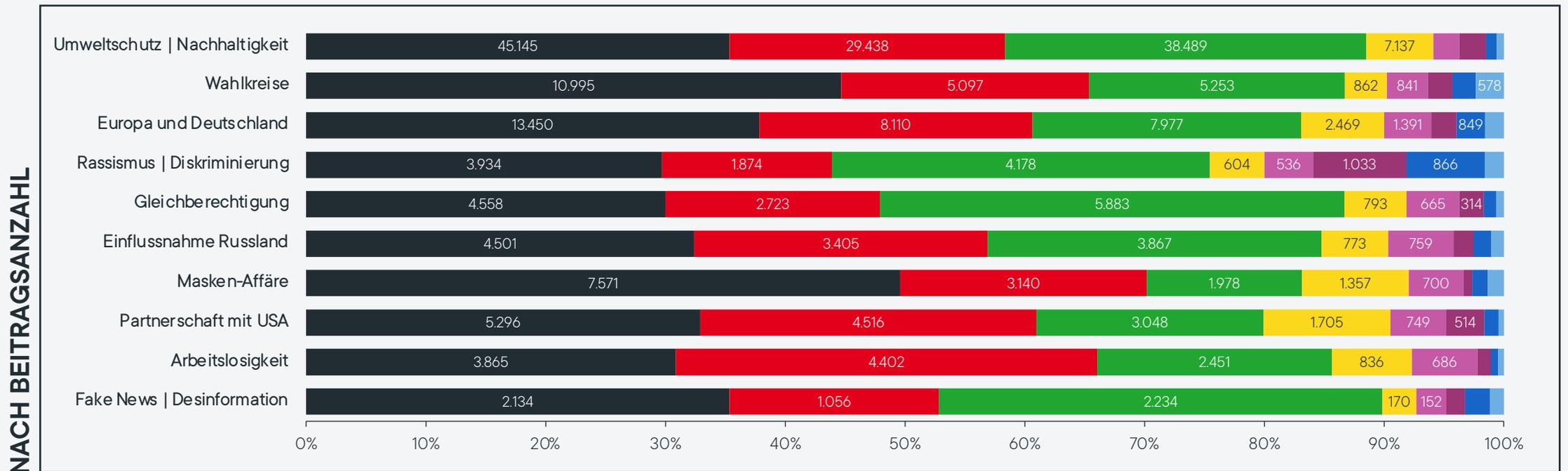
Armin Laschet hat im Vergleich zu den anderen Spitzenkandidat:innen eine enorme Medienpräsenz im Zusammenhang mit Wahlkampfauftritten in einzelnen

Wahlkreisen und ist ebenfalls im Kontext der Masken-Affäre extrem präsent. Annalena Baerbock weist die höchste Medienpräsenz bei sozialpolitischen

Themen wie Gleichberechtigung und Rassismus auf, ist jedoch auch sehr präsent bei dem Thema Desinformation, da die Grünen sich während des Wahlkampfes

darüber beklagten, Ziel von Desinformationskampagnen zu sein. Olaf Scholz wurde verhältnismäßig häufig im Kontext des Themas Arbeitslosigkeit genannt.

Top10-Wahlkampfthemen & Spitzenkandidat:innen | nach Beitragsanzahl*



SPITZENKANDIDAT:INNEN: ■ Armin Laschet ■ Olaf Scholz ■ Annalena Baerbock ■ Christian Lindner ■ Dietmar Bartsch ■ Janine Wissler ■ Alice Weidel ■ Tino Chrupalla | BASIS: n= 205.234 Beiträge | *Mehrfachnennungen möglich

#2 Berichterstattung in nicht-vertrauenswürdigen Medien

4.554

BEITRÄGE GESAMT

3.623

BEITRÄGE MIT PARTEIBEZUG
(TOP6-PARTEIEN)

3.551

BEITRÄGE MIT PERSONENBEZUG
(TOP6-PARTEIEN)

Top6-Parteien in nicht-vertrauenswürdigen Medien

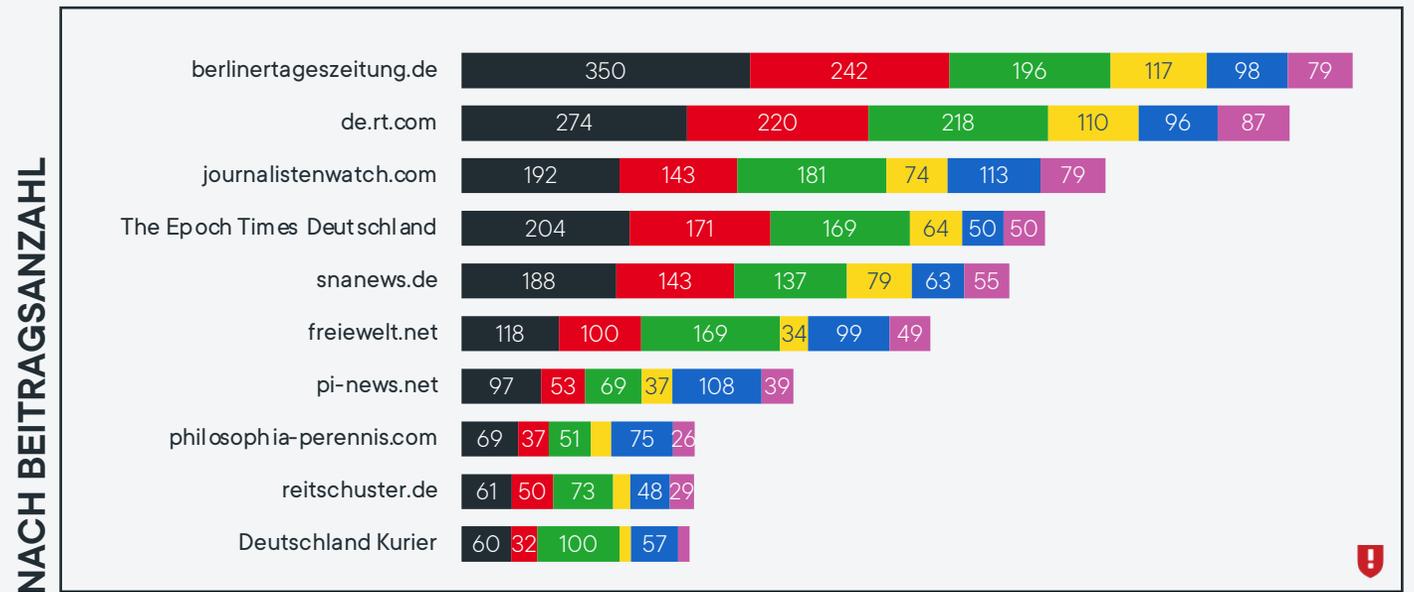
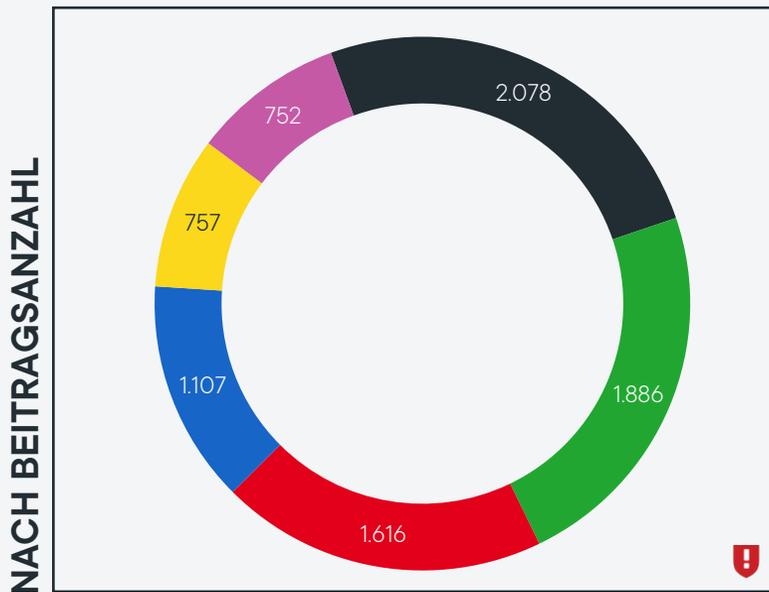
Insgesamt können im Auswertungszeitraum **4.554 Beiträge aus nicht-vertrauenswürdigen Medien** identifiziert werden (NewsGuard-Score < 60). Beiträge aus diesen Quellen haben somit einen Anteil von 0,4 Prozent an der Gesamtberichterstattung. In insgesamt 3.623 dieser

Beiträge kann zudem ein Bezug zu min. einer der Top6-Parteien – Die Grünen, CDU|CSU, SPD, Die Linke, FDP und AfD – aufgezeigt werden. Die **Grünen sowie die CDU|CSU werden hierbei in 52,1 bzw. 57,6 Prozent der Beiträge in nicht-vertrauenswürdigen Medien mit Bezug zu den**

Top6-Parteien genannt. Dahinter rangieren die SPD (44,6 %) sowie die AfD (30,6 %). Auf *berlinertageszeitung.de* wird die größte Beitragsanzahl publiziert; zumeist mit Bezug zur CDU|CSU. *De.rt.com* weist die zweitgrößte Beitragsanzahl auf und thematisiert vermehrt die CDU|CSU,

die Grünen sowie die SPD. Überwiegend Beiträge zu den Grünen finden sich auch auf *freiewelt.net*, *reitschuster.de* und *Deutschland Kurier*.

Beiträge der Parteien in nicht-vertrauenswürdigen Medien & Top10-Medien | nach Beitragsanzahl*



PARTEIEN: Die Grünen CDU | CSU SPD AfD Die Linke FDP | BASIS: n= 3.623 Beiträge | *Mehrfachnennungen der Parteien je Beitrag möglich

Top6-Parteien in nicht-vertrauenswürdigen Medien

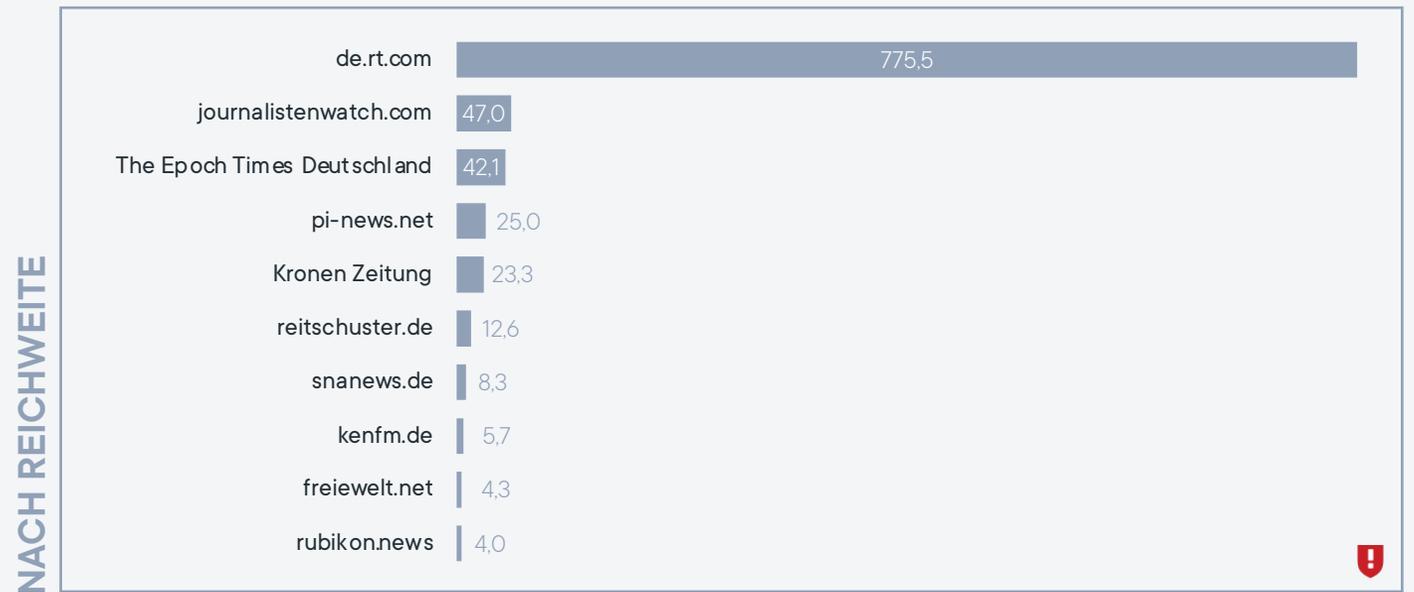
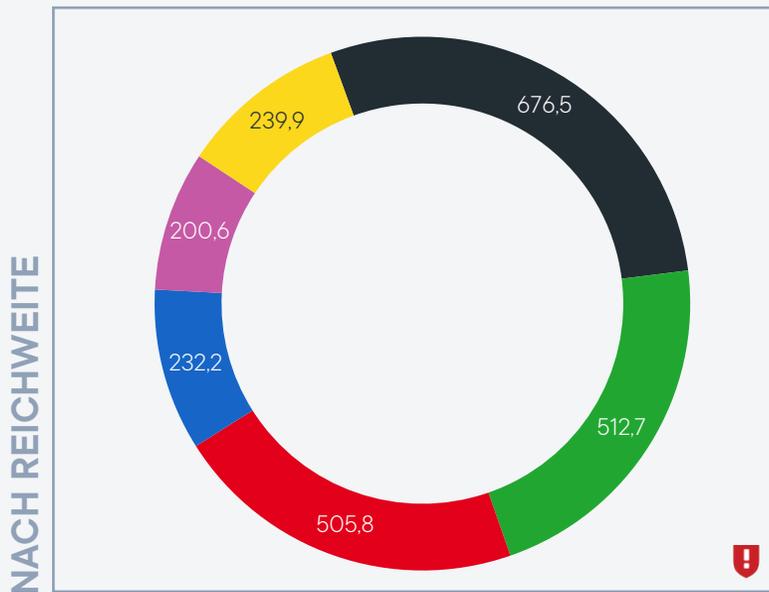
Zusammen generieren die 3.623 Beiträge* mit Parteibezug in nicht-vertrauenswürdigen Medien eine **Reichweite** von 960,6 Millionen potenziellen Kontakten**. Wie auch bei den Anteilen der einzelnen Parteien nach Beitragsanzahl entfällt bei

der Verteilung nach Reichweite der **Großteil der Berichterstattung in nicht-vertrauenswürdigen Medien auf die CDU|CSU** (676,5 Mio. potenzielle Kontakte), **die Grünen** (512,7 Mio. potenzielle Kontakte) und **die SPD** (505,8 Mio.

potenzielle Kontakte). Die mit Abstand **größte mediale Resonanz generiert das russische Medium *de.rt.com*** mit einer Reichweite von 775,5 Millionen potenziellen Kontakten. Dahinter rangieren die Website *journalistenwatch.com* und *The Epoch*

Times Deutschland. **Boris Reitschuster** erreicht mit seiner Webseite Rang sechs. Das sehr aktive Medium *freiewelt.net*, welches von **Beatrix von Storchs** Ehemann herausgegeben wird, erreicht im Reichweitenvergleich Rang 9.

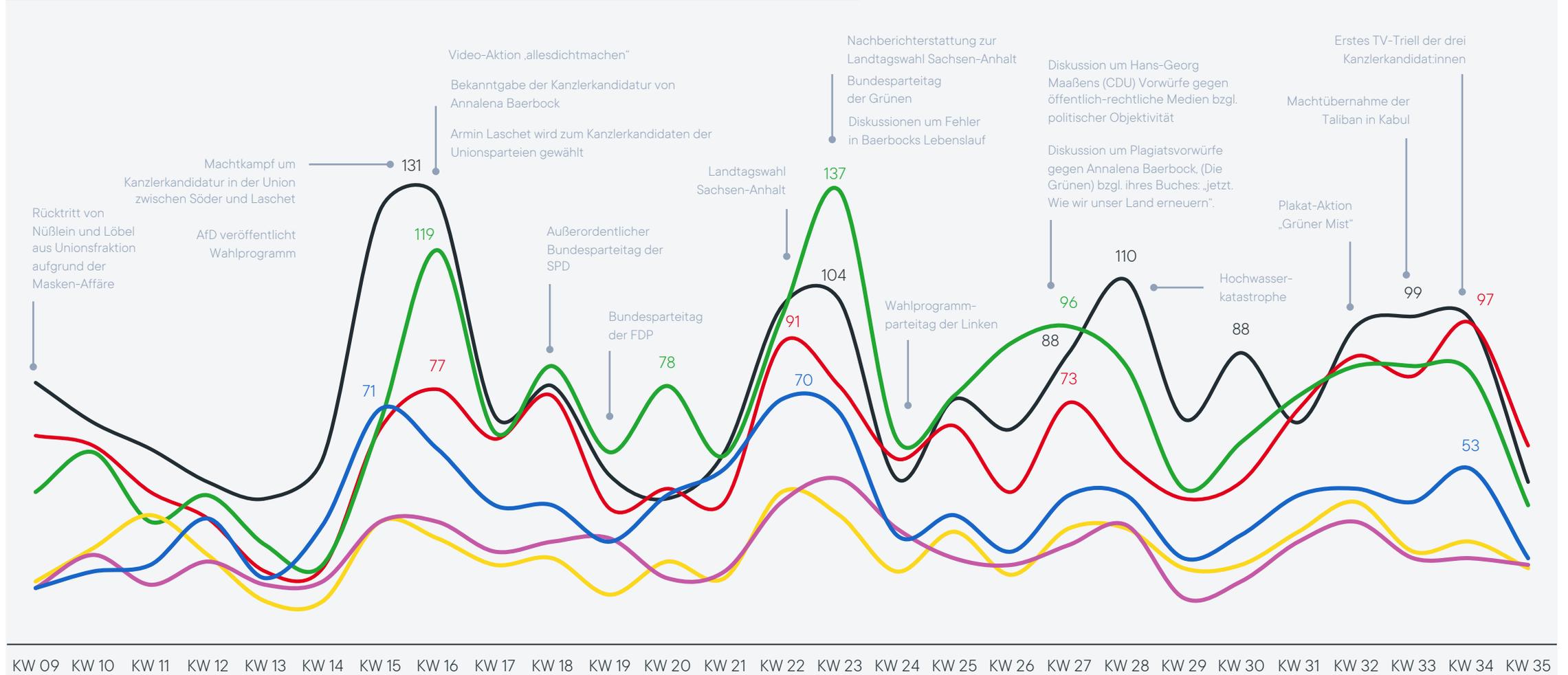
Reichweite der Parteien in nicht-vertrauenswürdigen Medien und Top10-Medien | nach Reichweite** (in Mio.)



PARTEIEN: Die Grünen CDU | CSU SPD AfD Die Linke FDP | BASIS: n= 3.623 Beiträge | *Mehrfachnennungen der Parteien je Beitrag möglich | **aufaddierte, potenzielle Kontaktmöglichkeiten je Beitrag (Definition auf S. 71)

Top6-Parteien in nicht-vertrauenswürdigen Medien im Zeitverlauf

Top6-Parteien in nicht-vertrauenswürdigen Medien im Zeitverlauf | nach Beitragsanzahl*



PARTEIEN: Die Grünen CDU | CSU SPD AfD Die Linke FDP | BASIS: n= 3.623 Beiträge | *Mehrfachnennungen der Parteien je Beitrag möglich

Politiker:innen in nicht-vertrauenswürdigen Medien

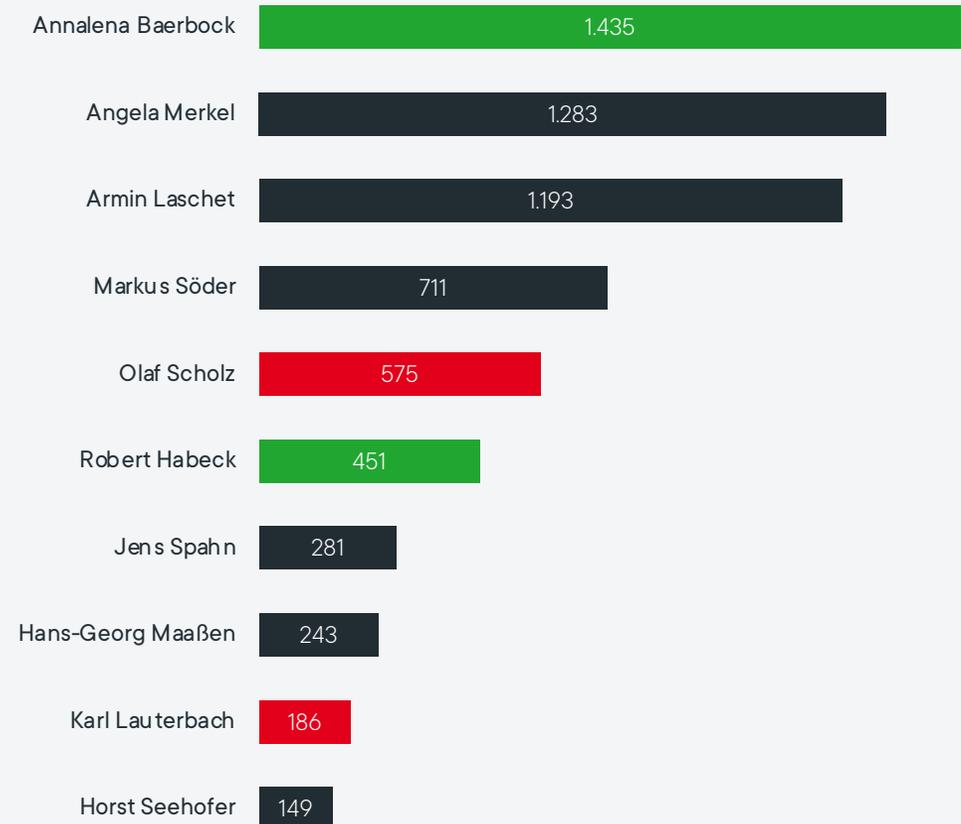
Insgesamt kann in 3.551 der 4.554 Beiträge aus nicht-vertrauenswürdigen Medien (News-Guard-Score < 60) ein Bezug zu min. einem Politiker bzw. einer Politikerin aus den analysierten Top6-Parteien identifiziert werden.

Auffallend ist die hohe Aufmerksamkeit dieser Art von Medien gegenüber Annalena Baerbock. In den Monaten seit Bekanntgabe ihrer Kanzlerinnenkandidatur hat Annalena Baerbock eine höhere Gesamtaufmerksamkeit erzielt als die amtierende Kanzlerin Angela Merkel, die bis zu diesem Zeitpunkt die am meisten thematisierte und kritisierte Politikerin in nicht-vertrauenswürdigen Medien war. Auch die Tatsache, dass keine Politiker:innen anderer Parteien außer der Union, der SPD und den Grünen im Top10-Ranking zu finden sind, ist bemerkenswert.

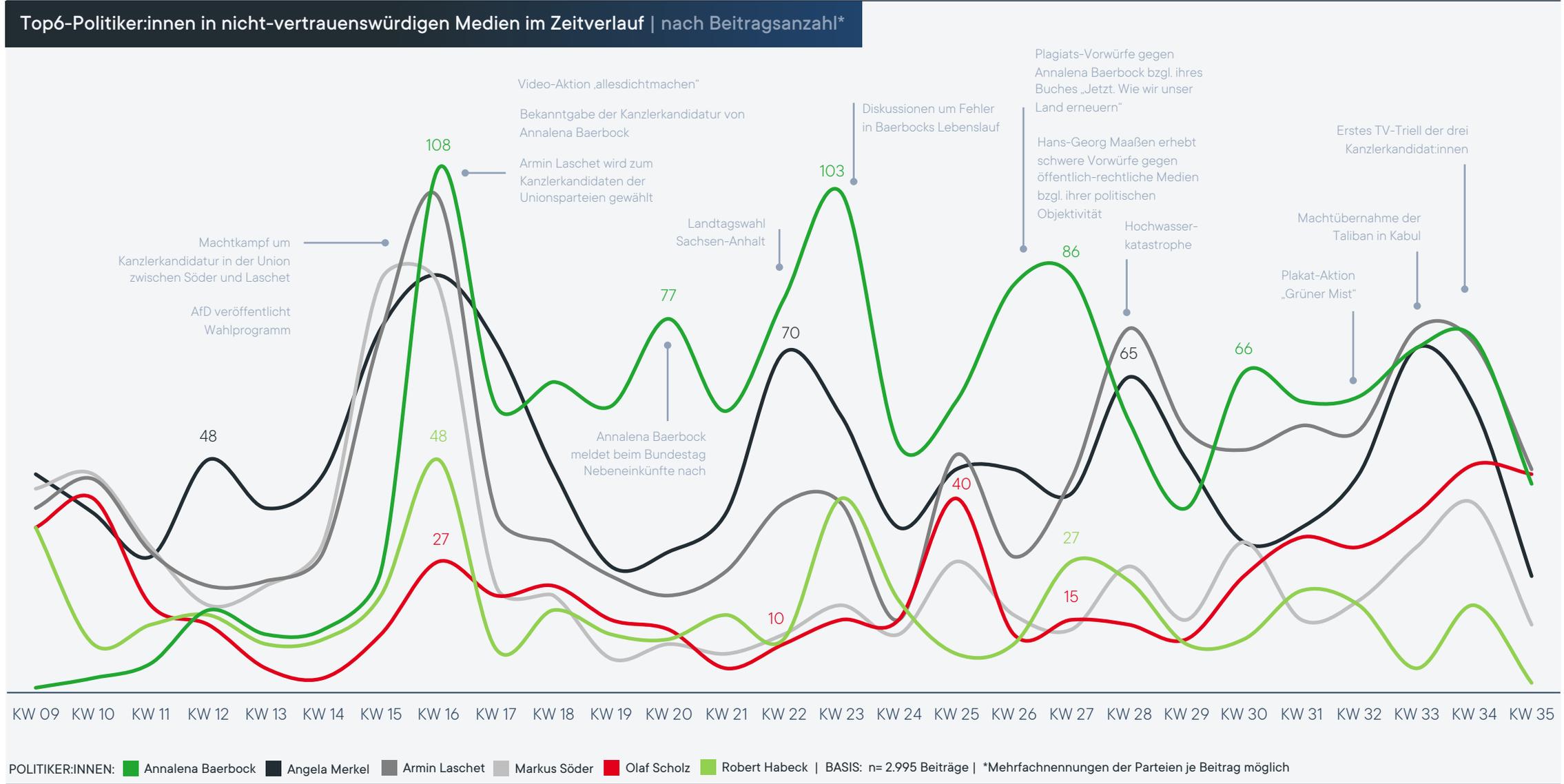
Neben dem starken Fokus auf Annalena Baerbock sind insgesamt sechs Unionspolitiker:innen unter den ersten zehn zu finden. Die AfD-Politiker:innen Alice Weidel, Tino Chrupalla und Beatrix von Storch folgen auf den Rängen 14, 17 und 19. Der erste FDP-Politiker im Ranking ist Christian Lindner auf Rang 15. Janine Wissler und Sahra Wagenknecht von den Linken kommen auf Rang 22 bzw. 23.

Neben Olaf Scholz und Karl Lauterbach ist Heiko Maas als weiterer SPD-Politiker unter den ersten 20 Plätzen vertreten. Bei den Grünen sind lediglich Baerbock und Habeck unter den Top20. **Insgesamt kann somit unter den nicht-vertrauenswürdigen Medien ein deutlicher Fokus auf konservative und rechte Politiker:innen festgestellt werden.**

Top10-Politiker:innen in nicht-vertrauenswürdigen Medien | nach Beitragsanzahl*



Politiker:innen in nicht-vertrauenswürdigen Medien im Zeitverlauf



Spitzenkandidat:innen in nicht-vertrauenswürdigen Medien

In **2.539 Beiträgen** lässt sich eine **Thematization eines Spitzenkandidaten bzw. einer Spitzenkandidatin** feststellen – Mehrfachnennungen der Kandidat:innen je

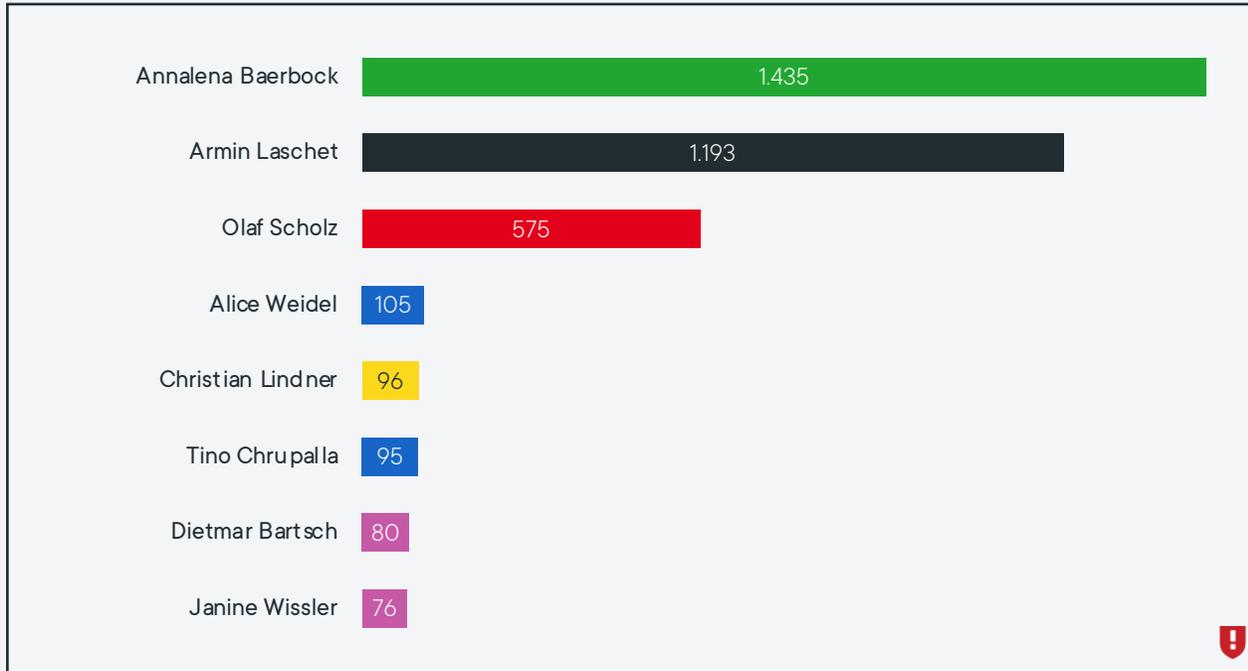
Beitrag sind hierbei möglich. Beiträge zu den Spitzenkandidat:innen der Grünen, der CDU|CSU sowie der SPD erzeugen die größte mediale Resonanz in nicht-vertrau-

enswürdigen Medien – sowohl nach Anzahl der Beiträge als auch nach Reichweite** bzw. potenziellen Kontaktmöglichkeiten. **Hierbei thematisieren die Beiträge mit**

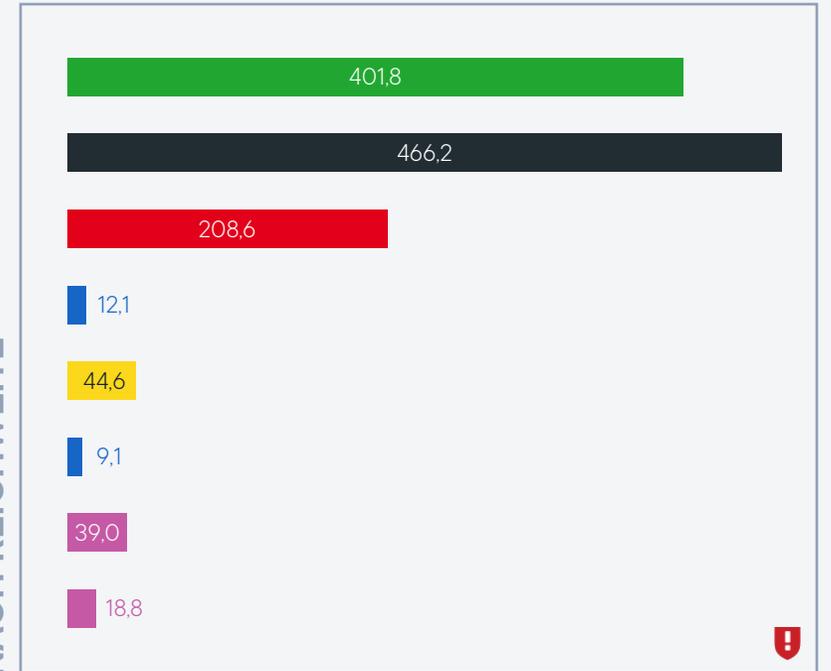
1.435 Nennungen am häufigsten Kanzlerkandidatin Annalena Baerbock, gefolgt von Armin Laschet (n=1.193) und – mit größerem Abstand – Olaf Scholz (n=575).

Spitzenkandidat:innen in nicht-vertrauenswürdigen Medien | nach Beiträgen* & Reichweite** (in Mio.)

NACH BEITRAGSANZAHL



NACH REICHWEITE



PARTEIEN: Die Grünen CDU | CSU SPD AfD Die Linke FDP | BASIS: n= 2.539 Beiträge | *Mehrfachnennungen der Kandidat:innen je Beitrag möglich | **aufaddierte, potenzielle Kontaktmöglichkeiten je Beitrag (Definition auf S. 71)

#3 Desinformationsnarrative in der Wahlkampfberichterstattung

48

DESINFORMATIONSNARRATIVE

25.880

BEITRÄGE ZU
DESINFORMATIONEN

2,2 %

ANTEIL AN WAHLBERICHTERSTATTUNG

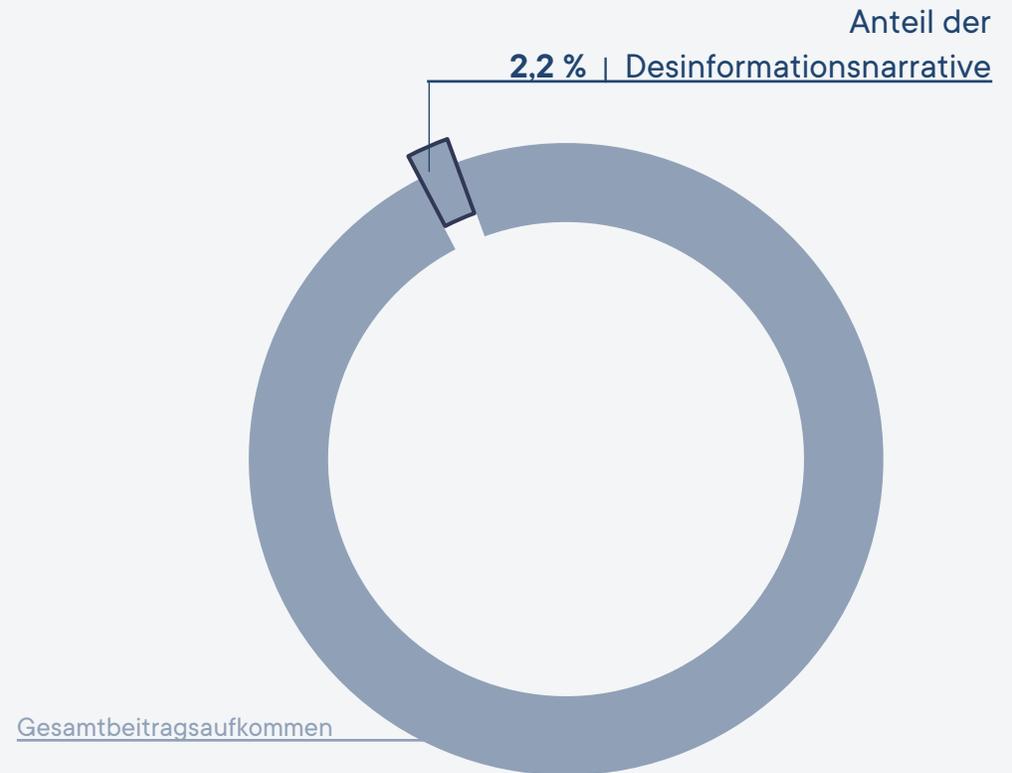
Desinformationsnarrative im Überblick

Im Auswertungszeitraum vom 01. März bis 31. August 2021 können in insgesamt **25.880 Beiträgen zur Bundestagswahl 2021 Desinformationen identifiziert** werden. Beiträge zu Desinformationsnarrativen* haben somit einen Anteil von rund **2,2 Prozent** an der Wahlkampfberichterstattung. Die kumulierte, potenzielle Medienreichweite aller Desinformationsnarrative beträgt rund **4,1 Milliarden** Kontaktmöglichkeiten.

Insgesamt können 48 Desinformationsnarrative** mit Bezug zur Bundestagswahl, einzelnen Parteien und/oder Politiker:innen ermittelt werden. Das Top-Desinformationsnarrativ nach Beitragsanzahl ist dabei das Narrativ von **Annalena Baerbocks angeblich falschem Universitätsabschluss** mit insgesamt 16.208 Beiträgen

im Auswertungszeitraum, gefolgt vom Narrativ der **gefälschten Grünen-Verbotsforderungen** (n=3.599 Beiträge). An dritter Stelle rangiert das allgemeine Desinformationsnarrativ zum **Wahlbetrug durch Briefwahl** mit 2.606 Beiträgen. Betrachtet man die aufaddierten, potenziellen Kontaktmöglichkeiten der einzelnen Narrative (Reichweite), generiert das Narrativ zu den **gefälschten Grünen-Verbotsforderungen** mit 1,65 Milliarden Kontaktmöglichkeiten die mit Abstand größte mediale Resonanz, gefolgt von den Narrativen rund um das Thema **Wahlbetrug durch Briefwahl** (0,7 Mrd. Kontaktmöglichkeiten) und **Baerbocks Abschluss** (0,57 Mrd. Kontaktmöglichkeiten).

Anteil aller Desinformationsnarrative an der Berichterstattung | nach Beitragsanzahl



BASIS: n=1.187.712 Beiträge | *Eine Übersicht sämtlicher Desinformationsnarrative findet sich im Anhang ab Seite 74. | **Sechs der identifizierten Narrative finden in den untersuchten Medien keine Resonanz & generieren im Auswertungszeitraum keine Treffer.

Desinformationsnarrative: Kanalverteilung

Bei der Betrachtung der **Kanalverteilung** der Desinformationsnarrative fällt auf, dass rund 85 Prozent des Gesamtbeitragsaufkommens auf Twitter generiert wird (n=22.107), gefolgt von Online-Beiträgen (n=3.235) sowie Blog-Posts (n=353).

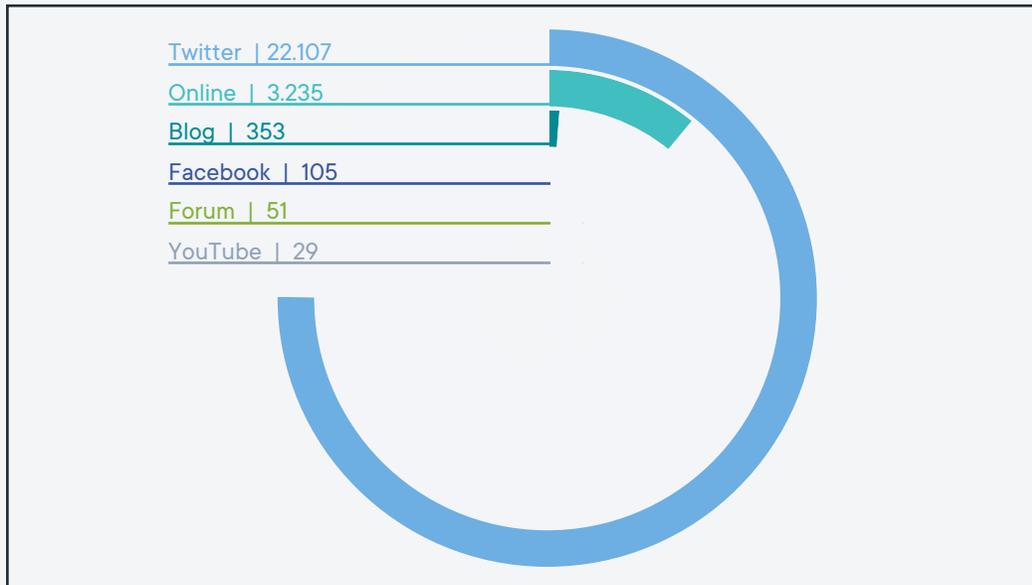
Insgesamt 15.451 der auf **Twitter** veröffentlichten Beiträge lassen sich auf das Desinformationsnarrativ rund um **Annalena Baerbocks universitären Abschluss** zurückführen. Mehrfach wird ihr unterstellt, sie würde keinen

Hochschulabschluss besitzen oder hätte diesen gekauft. Bezüglich der **Reichweite*** generieren die Tweets jedoch lediglich rund ein Prozent der medialen Resonanz; Online-Beiträge hingegen knapp 98 Prozent. Was in der vorliegenden Analyse

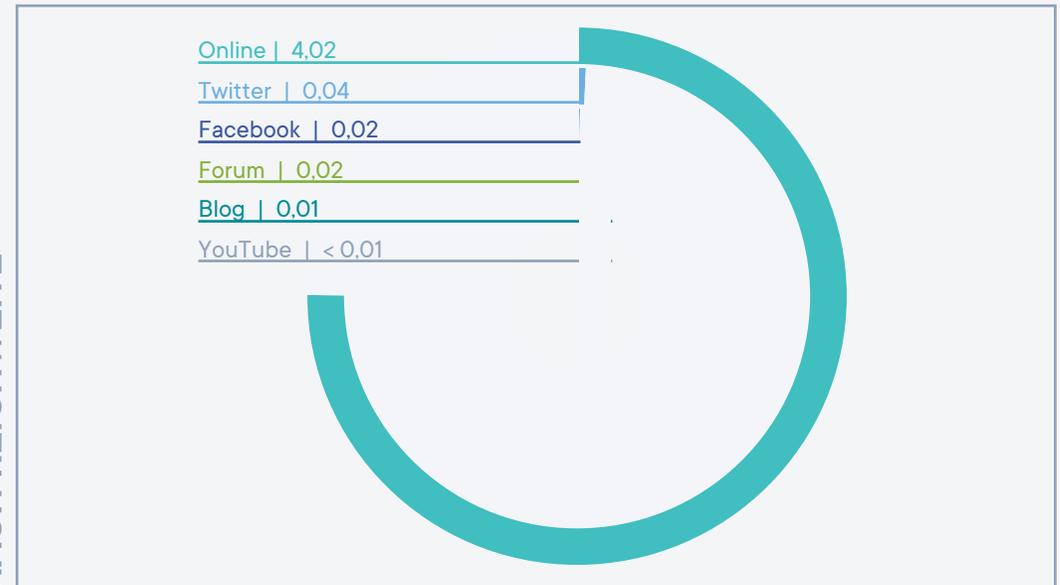
jedoch nicht berücksichtigt werden konnte, ist die Resonanz und Reichweite der Narrative in Messenger-Diensten wie *Telegram* oder *WhatsApp*.

Medienverteilung der Desinformationsnarrative | nach Beitragsanzahl & Reichweite* (in Mrd.)

NACH BEITRAGSANZAHL



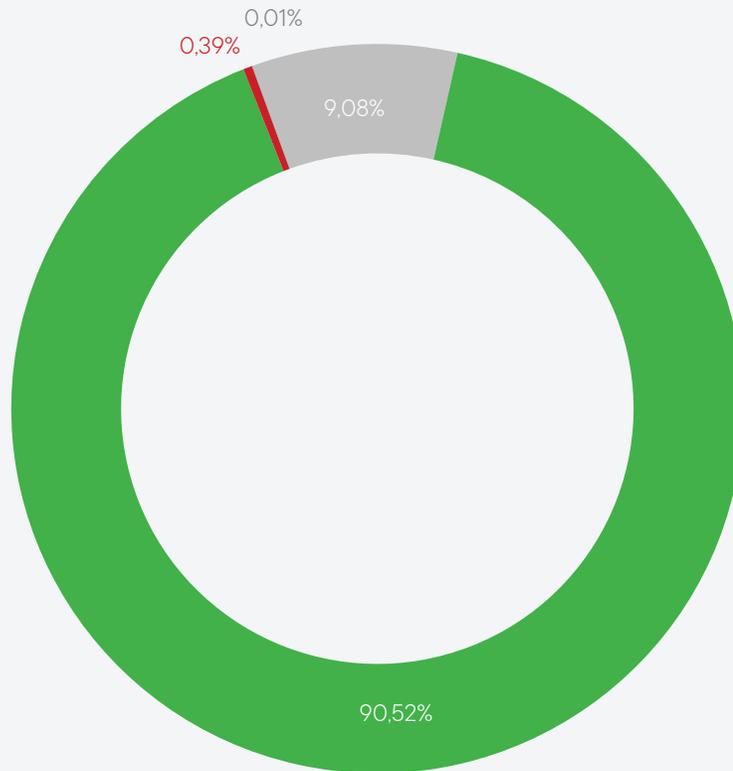
NACH REICHWEITE



BASIS: n=25.880 Beiträge | *aufaddierte, potenzielle Kontaktmöglichkeiten je Beitrag (Definition auf S. 71)

Desinformationsnarrative: Verbreitung in (nicht-)vertrauenswürdigen Medien (nach NewsGuard-Rank)

Anteile an den Desinformationsnarrativen* | nach Reichweite**



Als nicht-vertrauenswürdige Medien werden im Kontext der vorliegenden Studie diejenigen Medien verstanden, die einen von NewsGuard vergebenen Score von < 60 aufweisen.

In der Gesamtbetrachtung machen diese Medien lediglich einen Anteil von **0,39 Prozent der Gesamtreichweite** der Desinformationsnarrative aus. Insgesamt **90,5 Prozent der Reichweite wird hingegen durch Beiträge in vertrauenswürdigen Medien** erzielt (NewsGuard-Score ≥ 60). Lediglich 9,1 Prozent der potenziellen Gesamtreichweite stammt aus unbewerteten Quellen und sozialen Medien. Die sozialen und nicht-vertrauenswürdigen Medien generieren Narrativideen und referenzieren sich gegenseitig. Einige davon verfangen beim

Publikum und werden aufgegriffen und verbreitet. Die somit erlangte Popularität führt dazu, dass die vertrauenswürdigen Medien diese Narrative aufgreifen und durch Faktenchecks widerlegen, über Hintergründe aufklären, damit aber auch für rund 90 Prozent der Gesamtreichweite sorgen. Dies zeigt ein Dilemma der vertrauenswürdigen Medien – wenn sie die Narrative aufgreifen und richtigstellen, sorgen sie gleichzeitig für eine enorme Verbreitung. Wenn sie diese jedoch ignorieren, fehlt die nötige Aufklärung, die von verunsicherten Empfänger:innen der Narrative benötigt wird.

Desinformationsnarrative: nicht-vertrauenswürdige Medien

Das aktivste Medium im nicht-vertrauenswürdigen Bereich ist *freiewelt.net* (n=25), ein Onlinemedium, welches von *Beatrix von Storch's* Ehemann herausgegeben wird. Am zweithäufigsten veröffentlicht die Webseite des Autors *Nikolas Pravda* Beiträge (n=19),

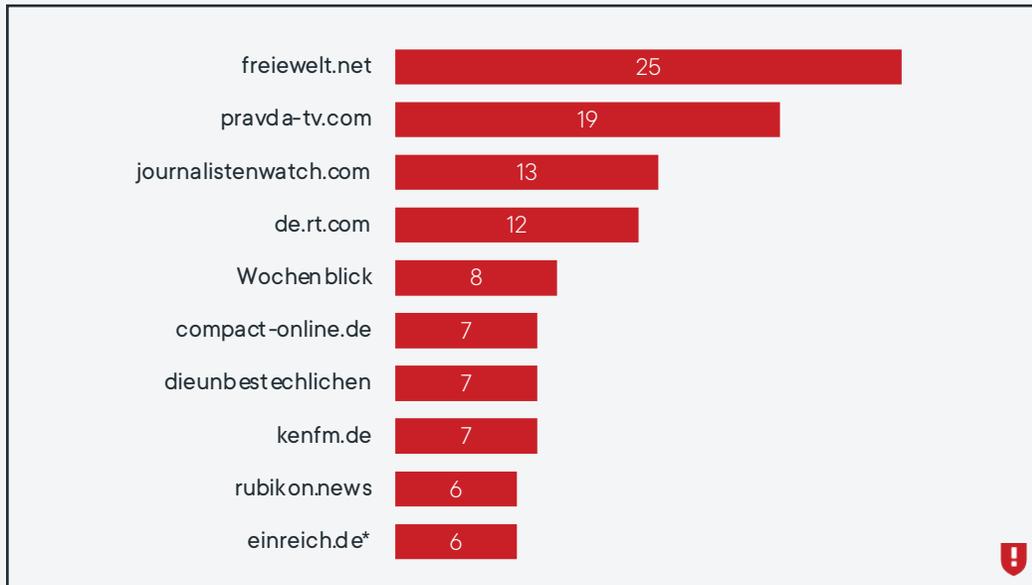
die Desinformationsnarrative thematisieren. Die größte Reichweite* besitzen jedoch andere Medien: Die Seite *de.rt.com*, ein Instrument der russischen Regierung zur Verbreitung von Falschinformationen und Propaganda, erreicht mit zwölf Beiträgen

eine potenzielle, aufaddierte Reichweite von rund 9,7 Millionen Kontakten. *journalistenwatch.com*, ein rechter Blog, der irreführende und haltlose Behauptungen verbreitet, erlangt mit 13 Beiträgen eine potenzielle Reichweite von bis zu 1,8

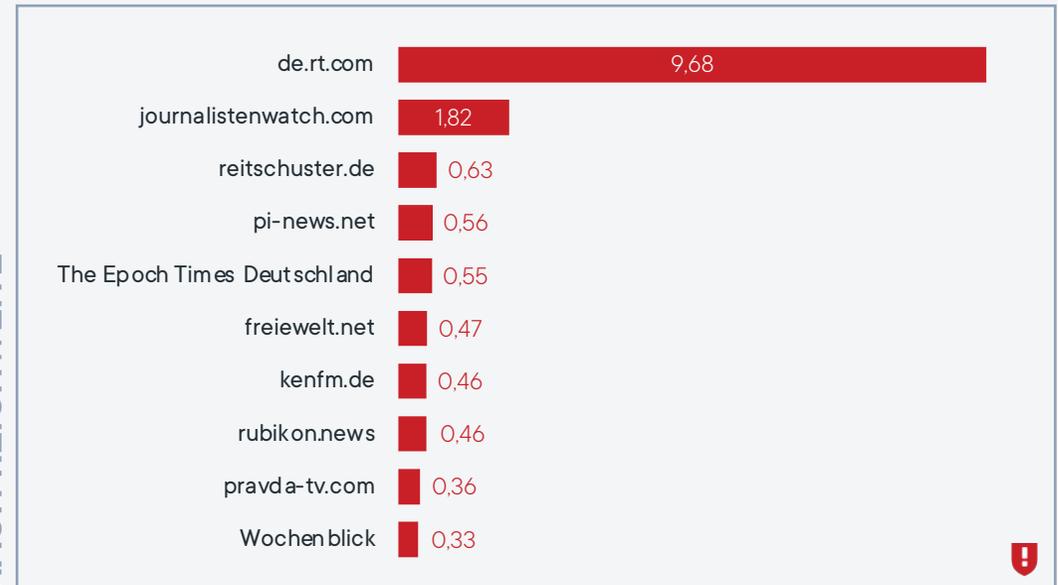
Millionen pot. Kontakten. Die insgesamt 171 Beiträge aus nicht-vertrauenswürdigen Medien behandeln v.a. die Narrative rund um **Annalena Baerbocks Abschluss** (n=55), **Wahlbetrug** (n=45) und die **gefälschten Grünen-Verbotsforderungen** (n=33).

Top10 nicht-vertrauenswürdige Medien | nach Beiträgen & Reichweite (in Mio.)*

NACH BEITRAGSANZAHL



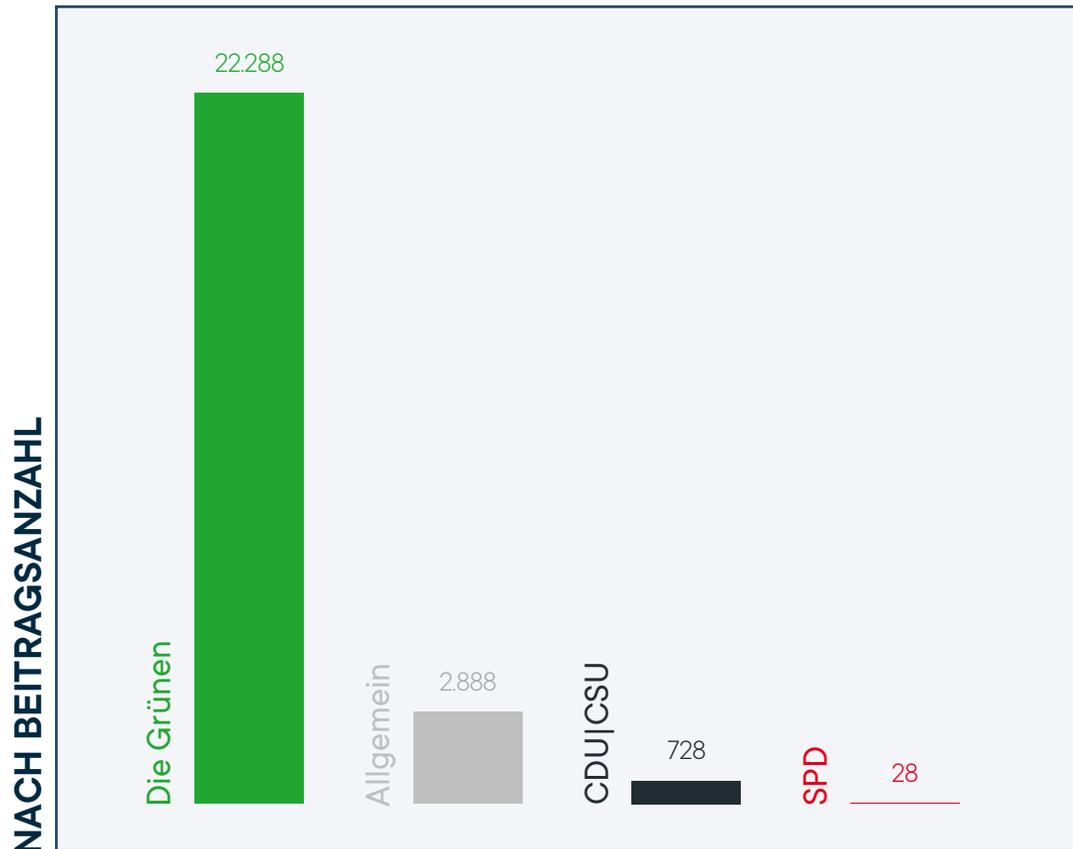
NACH REICHWEITE



BASIS: n=171 Beiträge | *aufaddierte, potenzielle Kontaktmöglichkeiten je Beitrag (Definition auf S. 71) | **ebenfalls mit sechs Beiträgen vertreten: *Deutschland Kurier*

Desinformationsnarrative im Überblick: Verteilung der Narrative

Anteile an den Desinformationsnarrativen | nach Beitragsanzahl*



Rund 86 Prozent der analysierten Desinformationsnarrative behandeln Themen, welche **die Grünen** diskreditieren (n=22.288). Auch wenn 87 Prozent dieser Beiträge meist reichweitenarme Tweets sind, erzielen die **Narrative gegen die Grünen eine potenzielle, kumulierte Reichweite** von bis zu 2,9 Milliarden Kontaktmöglichkeiten**. Die größte Verbreitung findet hier mit Abstand das Narrativ um Baerbocks angeblich falschen Hochschulabschluss. Insgesamt elf Prozent aller Beiträge drehen sich um **allgemeine Desinformationen** (n=2.888). Hiervon entfallen neun von zehn Beiträgen auf den angeblichen **Wahlbetrug durch Briefwahl**, der als Narrativ aus dem amerikanischen Wahlkampf übernommen wurde. Zu den allgemeinen Desinfor-

mationen gehört ebenfalls das Narrativ rund um das **gefälschte Diskussionspapier des Bundesministeriums für Gesundheit** (BMG). In dem internen Sitzungsdokument sollen vermeintliche Vorschläge für Strafen gegen Eltern aufgelistet sein, die ihre Kinder nicht impfen lassen wollen. Bei dem Dokument handelt es sich jedoch um eine Fälschung (siehe auch Seite 41). Lediglich 2,8 Prozent der Beiträge haben einen Bezug zur **CDU|CSU** (n=728). Auf die SPD entfallen nur rund 0,1 Prozent (n=28) der Narrativerwähnungen. Detaillierte Informationen zu den Narrativen der drei genannten Parteien sind in den folgenden Kapiteln zu finden. Zu anderen Parteien – wie bspw. der FDP, den Linken, der AfD, etc. – konnten bis dato keine Desinformationsnarrative identifiziert werden.

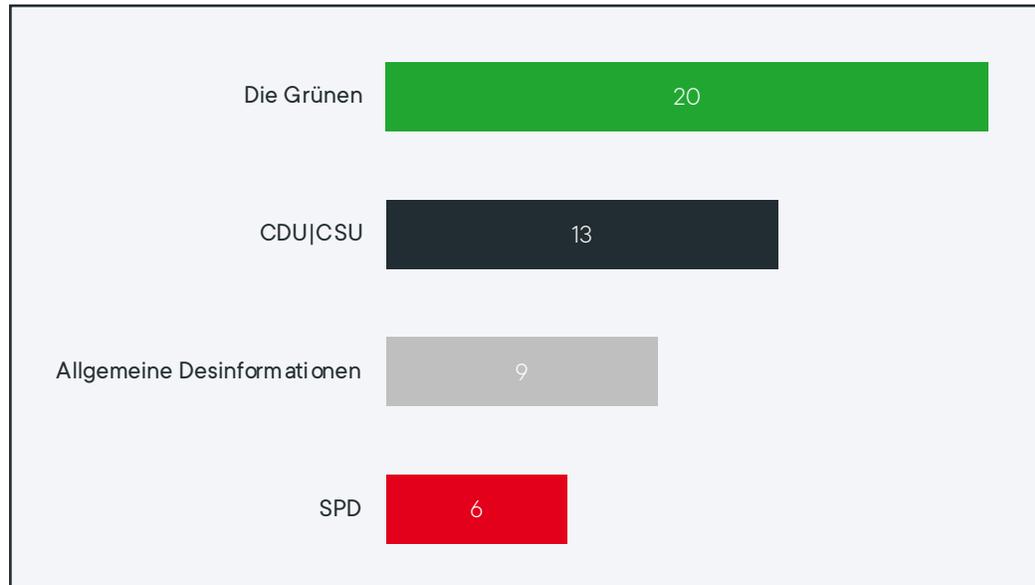
ANTEILE: ■ Die Grünen ■ CDU | CSU ■ SPD ■ Allgemeine Desinformationen | BASIS: n= 25.880 Beiträge | *Mehrfachnennungen der Narrative je Beitrag möglich | **aufaddierte, potenzielle Kontaktmöglichkeiten je Beitrag (Definition auf S. 71)

Ziele von Desinformationsnarrativen

20 der insgesamt 48 Desinformationsnarrative zielen auf **Die Grünen** ab. Insbesondere Kanzlerkandidatin **Annalena Baerbock** steht hier mit acht Narrativen deutlich im Fokus. Sämtliche Desinformationsnarrative zur Spitzenkandidatin treten nach der Bekanntgabe ihrer Kandidatur auf.

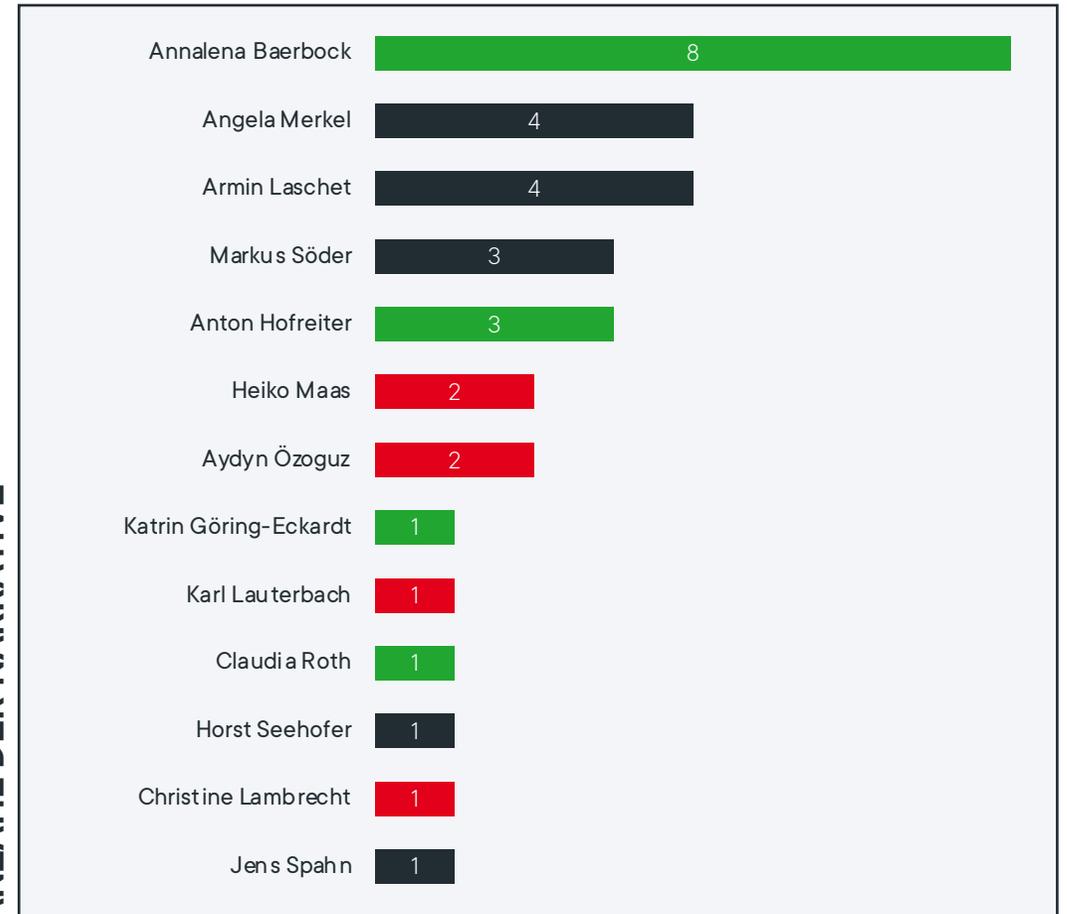
Angela Merkel war zuvor Hauptziel von Desinformationen. Bemerkenswert ist, dass unter den Parteien gemäß der Definition von Desinformation dieser Analyse ausschließlich Narrative gegen die Grünen, die Union und die SPD ermittelt werden konnten.

ANZAHL DER NARRATIVE



Ziele von Desinformationen: Parteien & Politiker:innen | nach Häufigkeit

ANZAHL DER NARRATIVE



ANTEILE: ■ Die Grünen ■ CDU | CSU ■ SPD ■ Allgemeine Desinformationen | BASIS: n= 25.880

Desinformationsnarrative im Überblick: Parteien

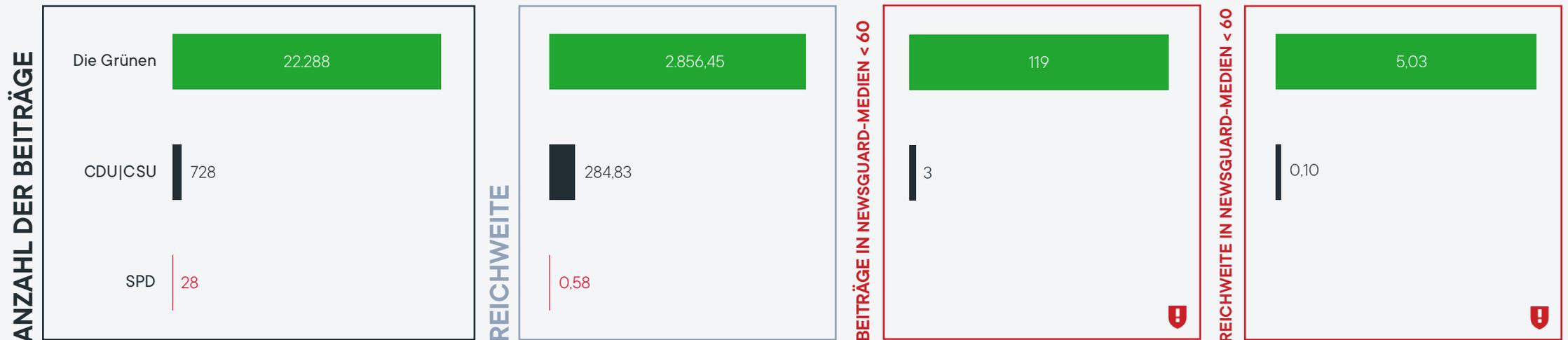
Desinformationsnarrative, die gegen Die Grünen gerichtet sind, stehen im besonderen Fokus, nicht nur bezogen auf die Anzahl der Narrative, sondern auch auf deren enorme Reichweite** im Vergleich zur Union und der SPD. **Baerbocks angeblich falscher Hochschulabschluss erzeugt hierbei die größte Resonanz**

(16.208 Beiträge), insbesondere auf Twitter wird dieses Narrativ sehr häufig aufgegriffen. **Nach Reichweite generiert das Narrativ der gefälschten Grünen-Verbotsforderungen mit insgesamt 1,65 Milliarden potenzieller Kontaktmöglichkeiten die größte Resonanz** im Auswertungszeitraum. Zum Vergleich: Die

Beiträge rund um Baerbocks Abschluss haben eine Reichweite von 571 Millionen potenzieller Kontaktmöglichkeiten. **Auch in den nicht-vertrauenswürdigen Medien (NewsGuard-Score < 60) erreichen die Narrative gegen Die Grünen mit Abstand die größte Resonanz**, sowohl nach Beiträgen (n=119) als auch nach Reichweite

(5,03 Mio. potenzielle Kontaktmöglichkeiten). Beitragsanzahl und Reichweite der Narrative, die sich gegen die Union und die SPD richten, sind im Vergleich verschwindend gering.

Resonanz der Desinformationsnarrative nach Parteien | nach Beiträgen* & Reichweite** (in Mio.)

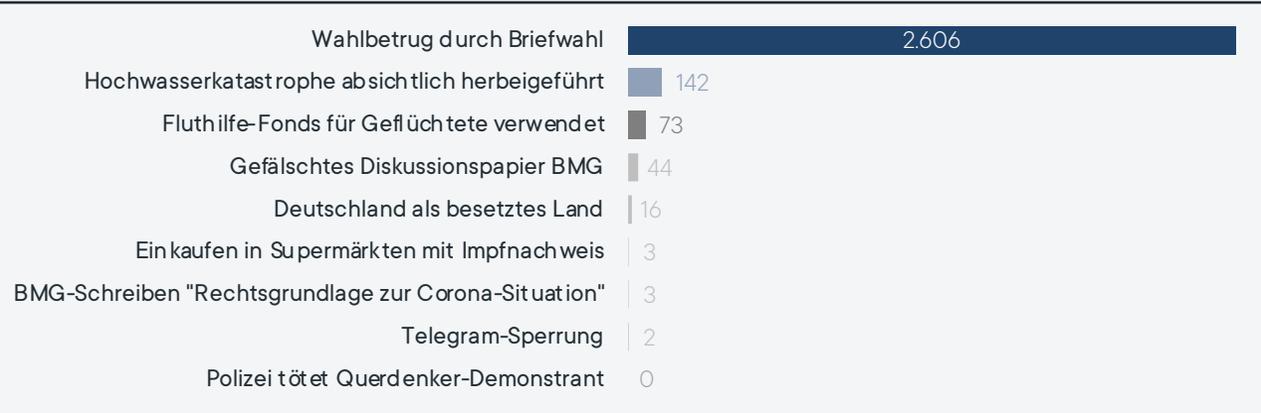


PARTEIEN: ■ Die Grünen ■ CDU | CSU ■ SPD | BASIS: n= 23.010 Beiträge | *Mehrfachnennungen der Narrative je Beitrag möglich. | **aufaddierte, potenzielle Kontaktmöglichkeiten je Beitrag (Definition auf S. 71)

Desinformationsnarrative: Allgemeine Desinformationen

Resonanz der allgemeinen Desinformationsnarrative | nach Beiträgen* & Reichweite** (in Mio.)

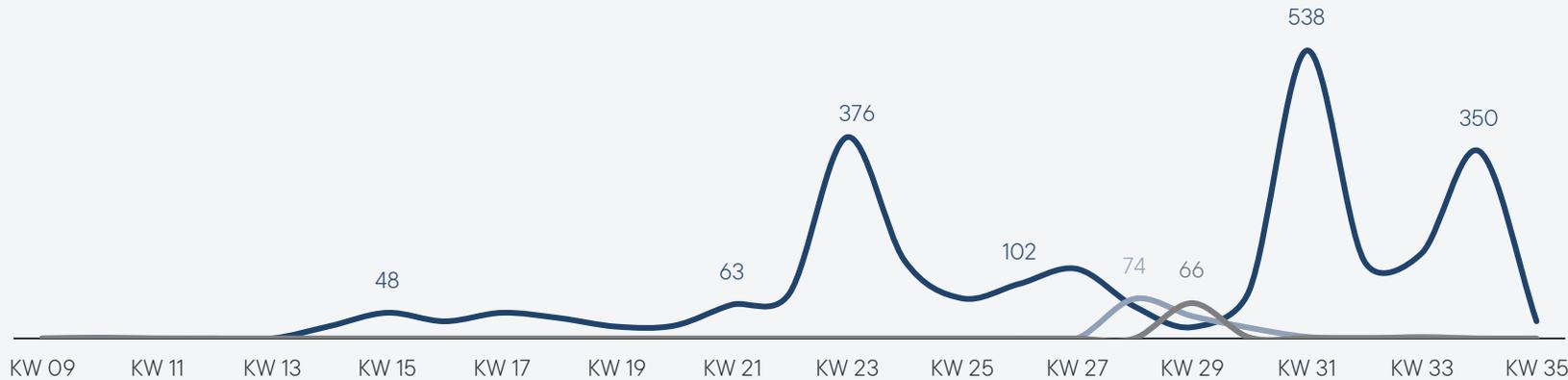
ANZAHL DER BEITRÄGE



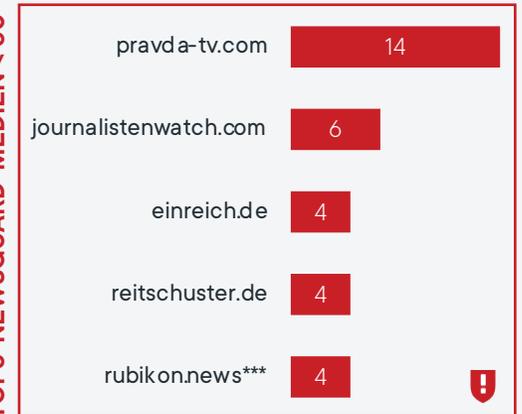
REICHWEITE



Top3 Allgemeine Desinformationen im Zeitverlauf | nach Beitragsanzahl



TOP5-NEWSGUARD-MEDIEN < 60



BASIS: n= 2.888 Beiträge | *Mehrfachnennungen von Narrativen je Beitrag möglich | **aufaddierte, potenzielle Kontaktmöglichkeiten je Beitrag (Definition auf S. 71) | ***Ebenfalls mit vier Beiträgen vertreten: sciencefiles.org

Auch die merkwürdige Haltung der »Querdenken«-Bewegung zur Flutkatastrophe deutet auf den Selbstopferkult hin. Die **bizarre Umdeutung der Flut zu einer von der Bundesregierung absichtlich herbeigeführten Katastrophe** ermöglicht »Querdenken«, sich selbst auch als Opfer zu sehen. Bei einer schlichten Naturkatastrophe wäre das unmöglich, aber mit einer »künstlichen Flut« heißt es plötzlich: Wir sind schließlich alle betrogen und belogen worden, nicht nur die unmittelbar von der Flut Betroffenen.

[Der Selbstopferkult der Querdenker, Spiegel Online, 04.08.2021](#) 

Auf der #Querdenken "Frieden-Konferenz" sprach #dieBasis-Mitglied #ReinerFuellmich. **Die #Hochwasserkatastrophe könnte durch #GeoEngineering für Wahlkampfzwecke herbeigeführt sein.** Er lasse dies durch Piloten überprüfen. ^^ Unfassbar!

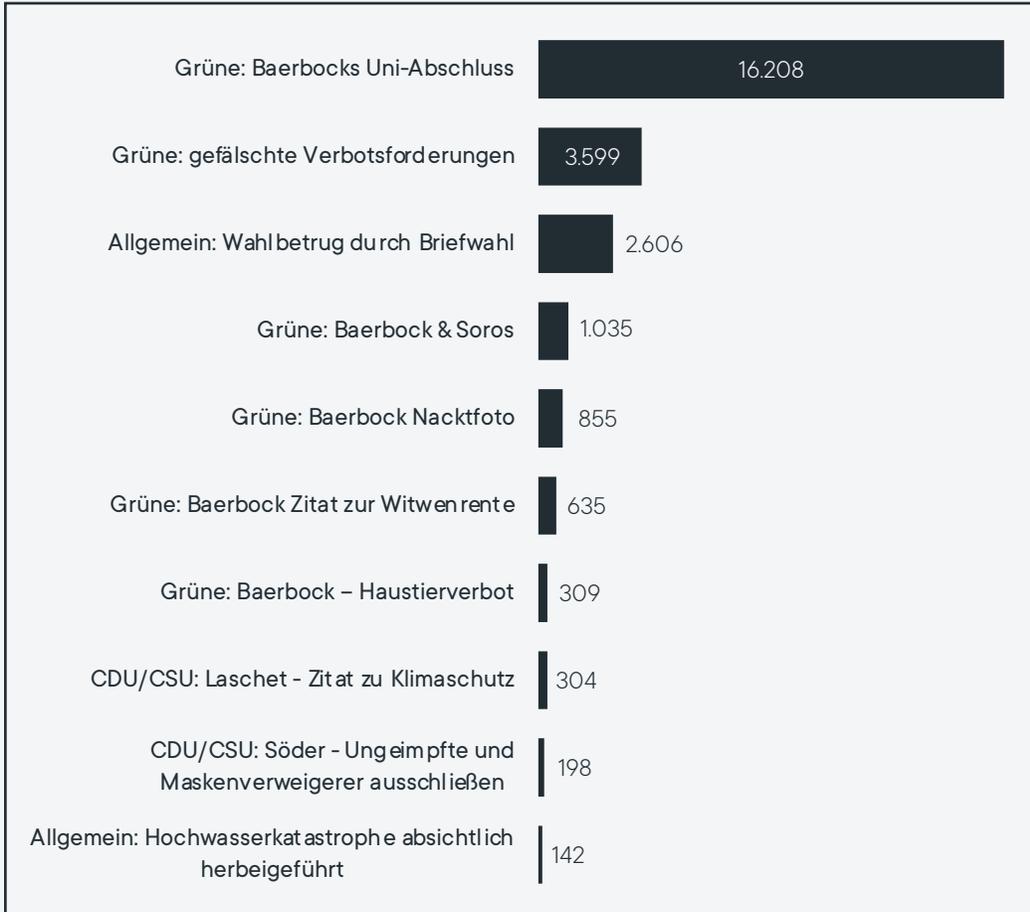
#Klimakrise #Fuellmich #Hochwasser #Landvolk

[Twitter: Recherchenetzwerk AS @antischwurbler · 18. Juli](#)

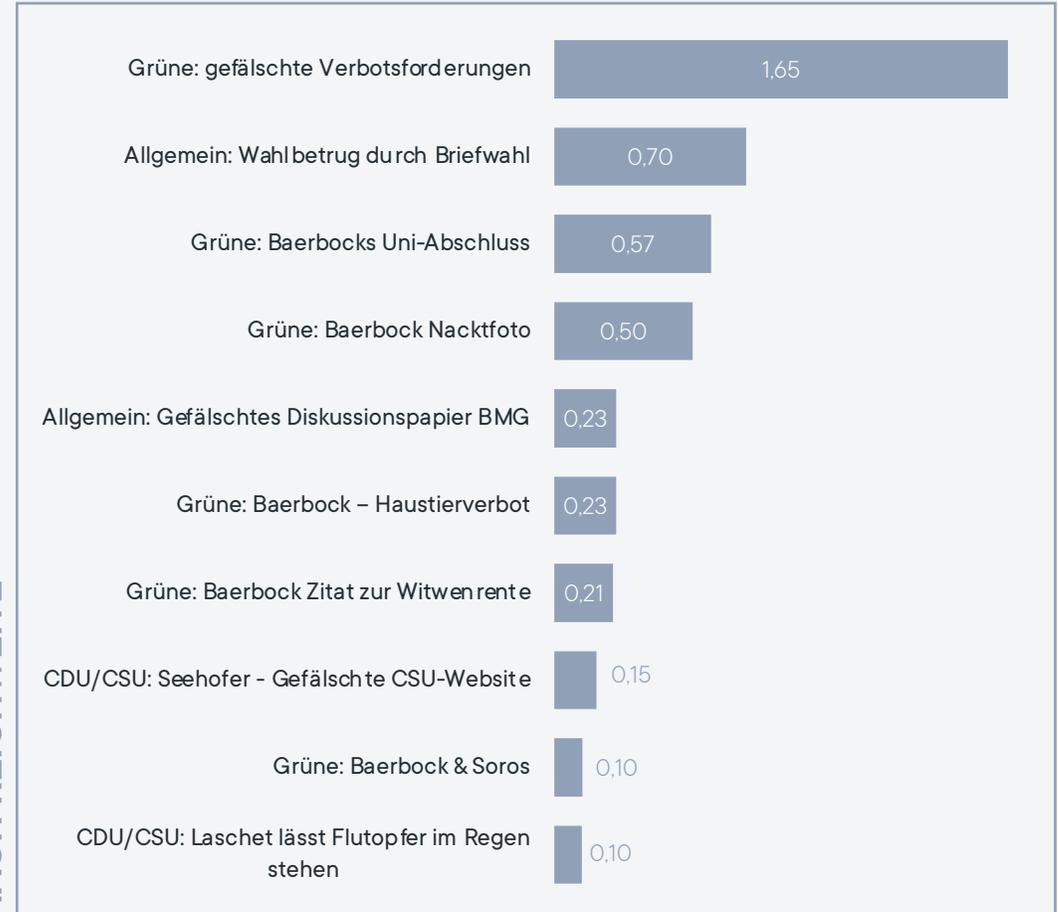
Desinformationsnarrative im Überblick: Top-Narrative

Top10-Desinformationsnarrative* | nach Beitragsanzahl & Reichweite* (in Mrd.)

NACH BEITRAGSANZAHL

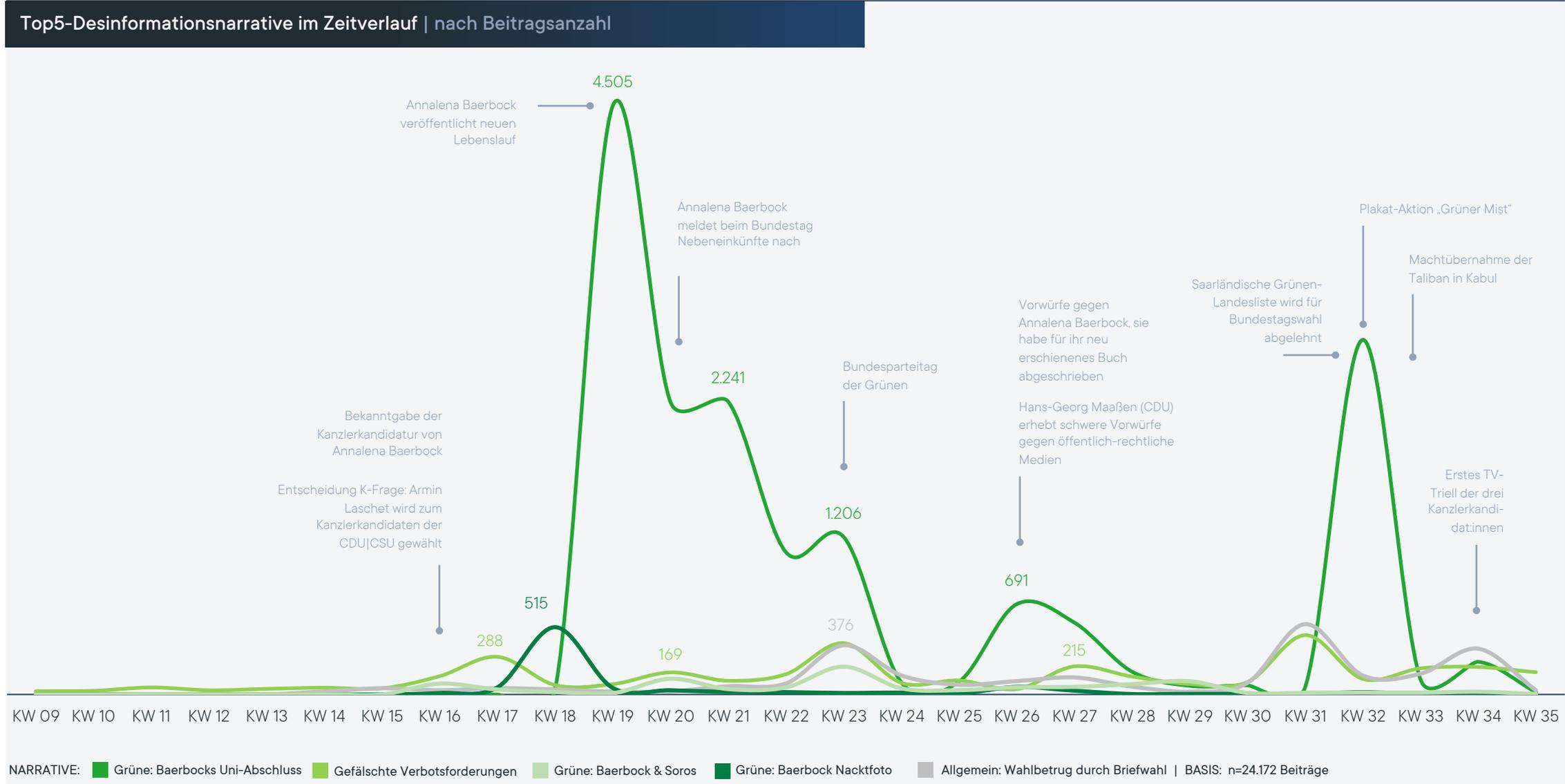


NACH REICHWEITE



BASIS: n=25.880 Beiträge | *aufaddierte, potenzielle Kontaktmöglichkeiten je Beitrag (Definition auf S. 71) | **Weiterführende Links zu den Narrativen sind im Anhang zu finden ab Seite 74

Desinformationsnarrative im Überblick: Zeitverlauf



#3.1 Desinformationsnarrative zur CDU|CSU

13

DESINFORMATIONSNARRATIVE

728

BEITRÄGE ZU
DESINFORMATIONEN

TOP-NARRATIV NACH BEITRÄGEN:
LASCHET: FALSCHES ZITAT ZUM KLIMASCHUTZ

CDU|CSU: Medienpräsenz und Reichweite der Desinformationsnarrative

Im Auswertungszeitraum können insgesamt **13 Desinformationsnarrative gegen die CDU|CSU** gefunden werden. Insgesamt generieren diese **728 Beiträge** eine **Reichweite von ca. 285 Mio. potenziellen Kontakten**. Das Top-Desinformationsnarrativ nach Beitragsanzahl ist **Armin Laschets**

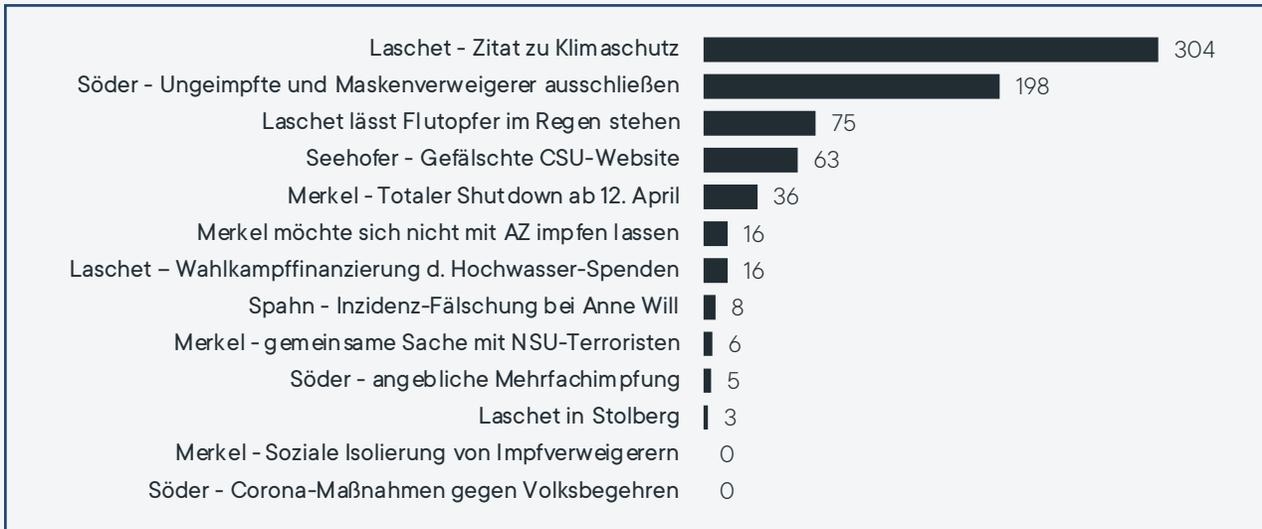
angebliches Zitat zum Klimaschutz („Wir müssen besser darin werden den jungen Menschen zu erklären, warum das mit dem Klimaschutz nicht so schnell geht.“). Die **304 Beiträge** erreichen jedoch eine vergleichsweise geringe Anzahl an potenziellen Kontakten (0,59 Mio.). Eine

weitaus höhere Reichweite weist das **Narrativ zur gefälschten CSU-Website der selbsterklärten Satiregruppe „Creative Sisters United“** auf. Gewertet wird hier nur der Zeitraum bis zur Auflösung durch die Urheber:innen, da ab diesem Zeitpunkt die Täuschungsabsicht nicht

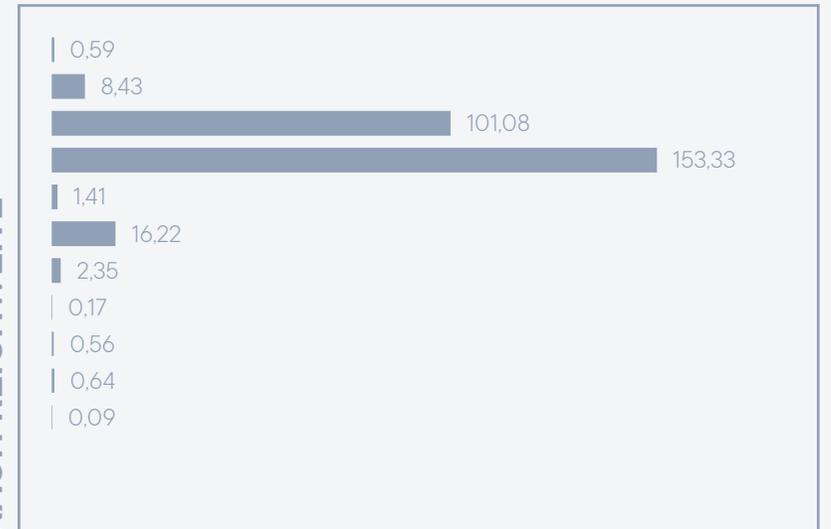
mehr gegeben ist. Dennoch erzielt dieses Narrativ innerhalb von zwei Tagen mit 63 Beiträgen, vorwiegend aus Onlinemedien, eine Reichweite** von 153 Mio. potenziellen Medienkontakten.

Desinformationsnarrative zur CDU|CSU | nach Beitragsanzahl* und Reichweite** (in Mio.)

NACH BEITRAGSANZAHL

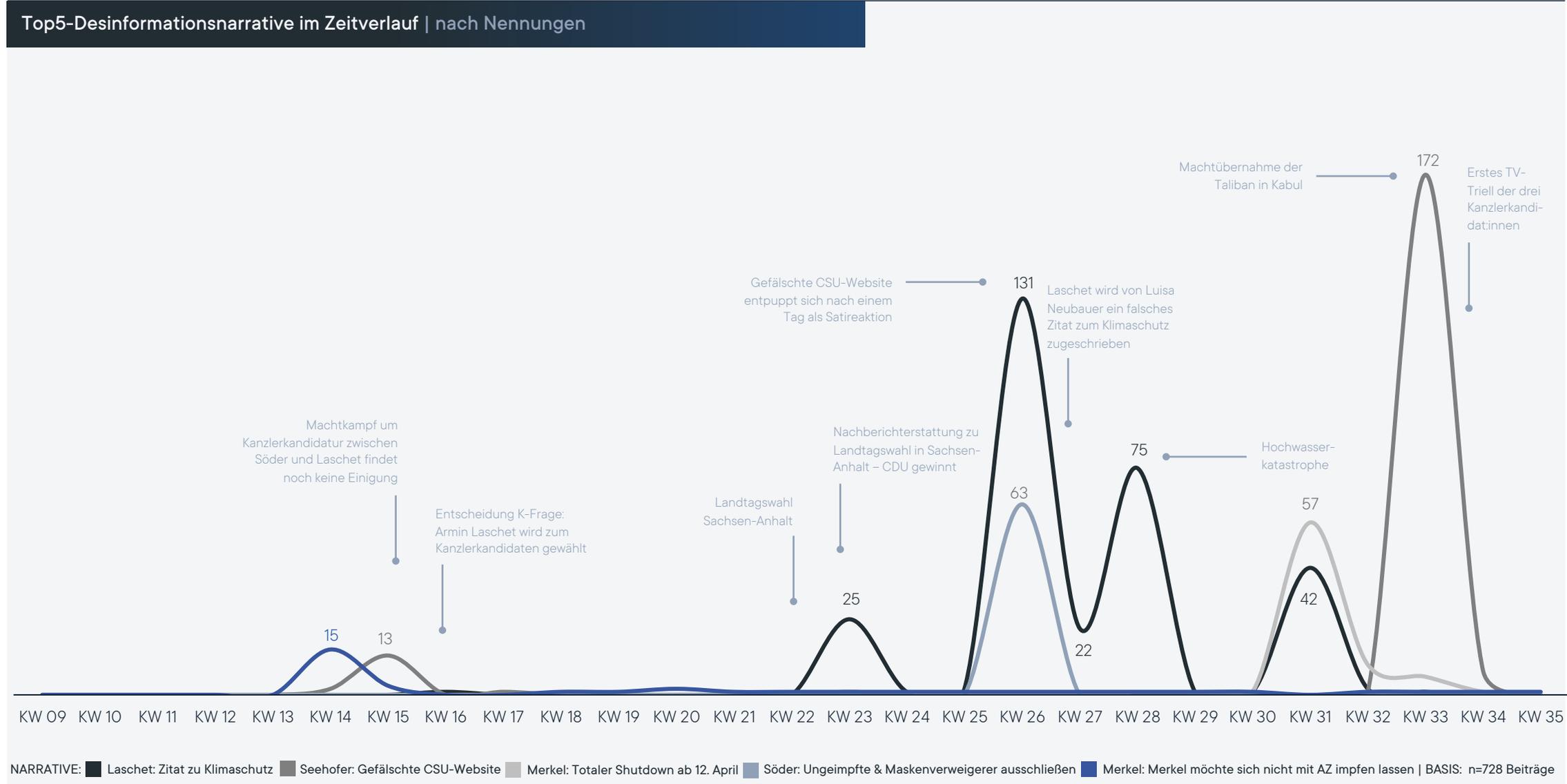


NACH REICHWEITE



BASIS: n=728 Beiträge | *Mehrfachnennungen der Narrative je Beitrag möglich | **aufaddierte, potenzielle Kontaktmöglichkeiten je Beitrag (Definition auf S. 71)

CDU|CSU: Top-Desinformationsnarrative im Überblick



Zumindest davon könnte sich Armin Laschet eine Scheibe abschneiden. Zuletzt wurde von ihm ein Bild aus dem Hochwassergebiet verbreitet, das wegen des Ausschnitts den Eindruck vermittelt, **er sei von einem Mitarbeiter beschirmt worden, während er den Bürger, mit dem er redete, im Regen stehen ließ**. Schlimmer wäre freilich gewesen, der Ausschnitt hätte gezeigt, dass eigentlich strahlender Sonnenschein war, Laschet mit dem Schirm also bloß vorspiegeln wollte, er lasse sich auch von Regen nicht bremsen.

[Ausschnitt, faz.net, 06.08.2021](#) 

Das bei einem Ortsbesuch im Hochwassergebiet von Swisttal bei Bonn gemachte Foto vom NRW-Ministerpräsidenten Armin Laschet ist von den Twitter-Usern massiv kritisiert worden. Das Bild zeigt, **wie ein Träger einen Regenschirm über Laschets Kopf hält, während der Mann selbst sowie ein Betroffener im Regen stehen**.

[„Das soll der zukünftige Kanzler sein?“ Twitterer kritisieren Laschets Foto von Hochwassergebiet, snanews.de, 03.08.2021](#) 

Desinformationsnarrative: CDU|CSU-Beiträge in nicht-vertrauenswürdigen Medien

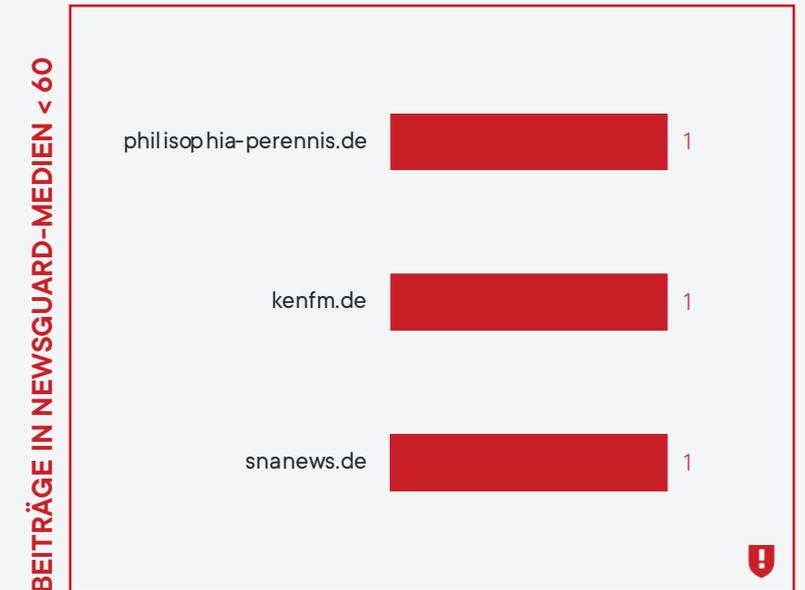
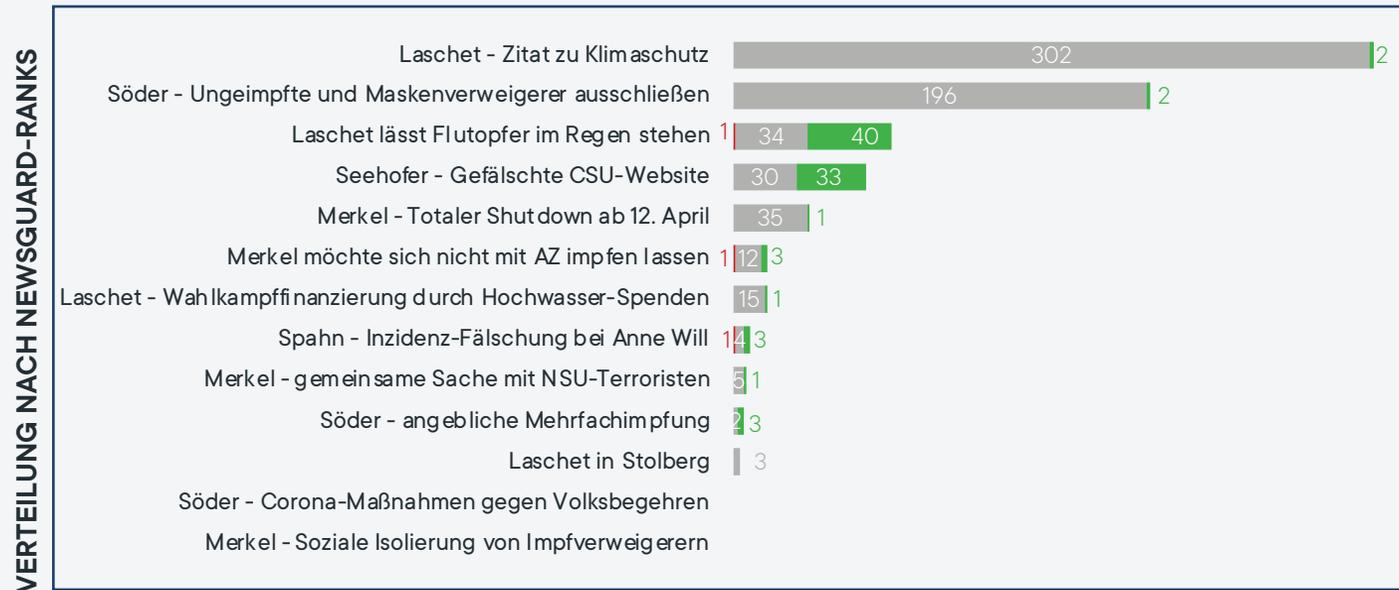
Von den insgesamt 728 Beiträgen zu Desinformationsnarrativen gegen die CDU|CSU erscheinen im Untersuchungszeitraum **63 Beiträge** zum **Narrativ Gefälschte CSU-Website**. Mehr als die Hälfte davon (n=33) erscheint innerhalb

eines Tages in vertrauenswürdigen Medien. Darunter fallen zahlreiche Onlineseiten reichweitenstarker deutscher Tageszeitungen, wie *welt.de*, *sueddeutsche.de*, *n-tv.de* und *stern.de*. Im gesamten Untersuchungszeitraum gibt

es lediglich drei Artikel aus Onlinemedien, die NewsGuard als nicht-vertrauenswürdig klassifiziert: **philosophia-perennis.de greift das Narrativ zu Spahns Inzidenz-Fälschung bei „Anne Will“ auf**, *kenfm.de* thematisiert die „Propaganda“ für die Corona-

Schutzimpfung durch Angela Merkel, Jens Spahn und Co. und *snanews.de* kritisiert das Regenschirm-Foto mit Armin Laschet im Hochwassergebiet.

Verteilung nach NewsGuard-Ranks und nicht-vertrauenswürdigen Medien | nach Beitragsanzahl*



NEWSGUARD-RANK: Vertrauenswürdig (Score ≥ 60) Nicht-vertrauenswürdig (Score < 60) Kein Rank | BASIS: n=728 Beiträge | *Mehrfachnennungen der Narrative je Beitrag möglich

#3.2 Desinformationsnarrative zur SPD

6

DESINFORMATIONSNARRATIVE

28

BEITRÄGE ZU
DESINFORMATIONEN

TOP-NARRATIV NACH BEITRÄGEN:
LAUTERBACH: NEUGEBORENE IMPFEN

SPD: Medienpräsenz und Reichweite der Desinformationsnarrative

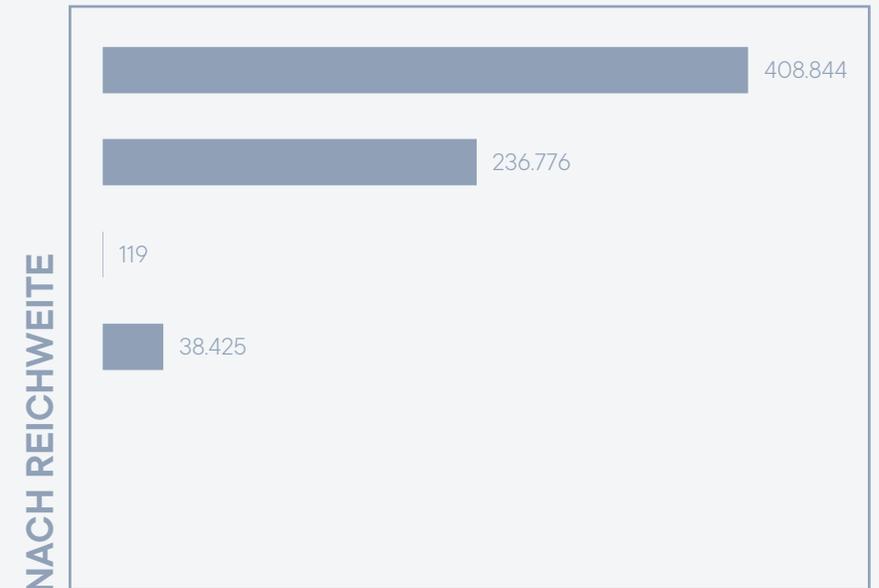
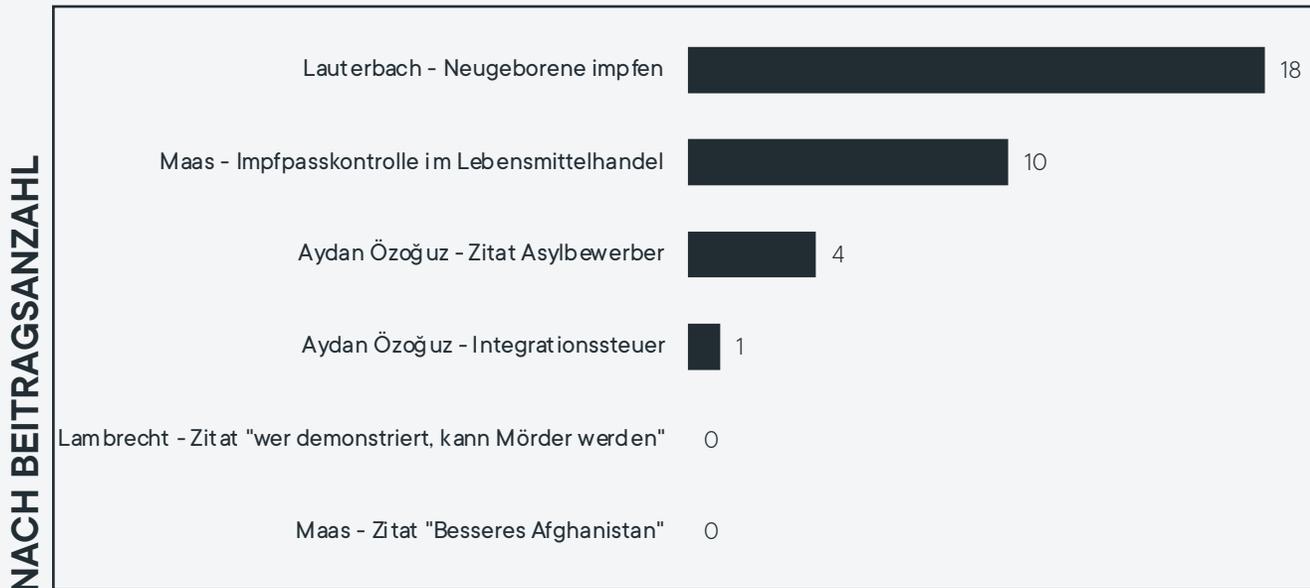
Im Untersuchungszeitraum können **sechs Desinformationsnarrative** identifiziert werden, die sich auf die SPD beziehen. Dazu erscheinen insgesamt nur **28 Beiträge**, die mit **581.309 potenziellen Leser:innen** eine sehr geringe Reichweite besitzen. Das

Narrativ zu **Karl Lauterbachs angeblicher Forderung, Neugeborene gegen das Coronavirus zu impfen**, erlangt hierbei die höchste mediale Aufmerksamkeit mit insgesamt 18 Beiträgen und 408.844 potenziellen Kontakten, gefolgt von dem Narrativ zu

Heiko Maas' angeblicher Forderung, im Lebensmittelhandel Impfpasskontrollen einzuführen (236.776 aufaddierte, potenzielle Kontaktmöglichkeiten bei zehn Beiträgen). Gegen **Aydan Özoğuz** sind **zwei Narrative** gerichtet, beide finden jedoch so

gut wie keine Verbreitung. Es handelt sich um ein angebliches Zitat zu fehlenden Spenden und der Kriminalisierung von Asylbewerber:innen, sowie eine angebliche Äußerung zur Einführung einer Integrationssteuer.

Desinformationsnarrative zur SPD | nach Beitragsanzahl* und Reichweite**



BASIS: n=28 Beiträge | *Mehrfachnennungen der Narrative je Beitrag möglich | **aufaddierte, potenzielle Kontaktmöglichkeiten je Beitrag (Definition auf S. 71).

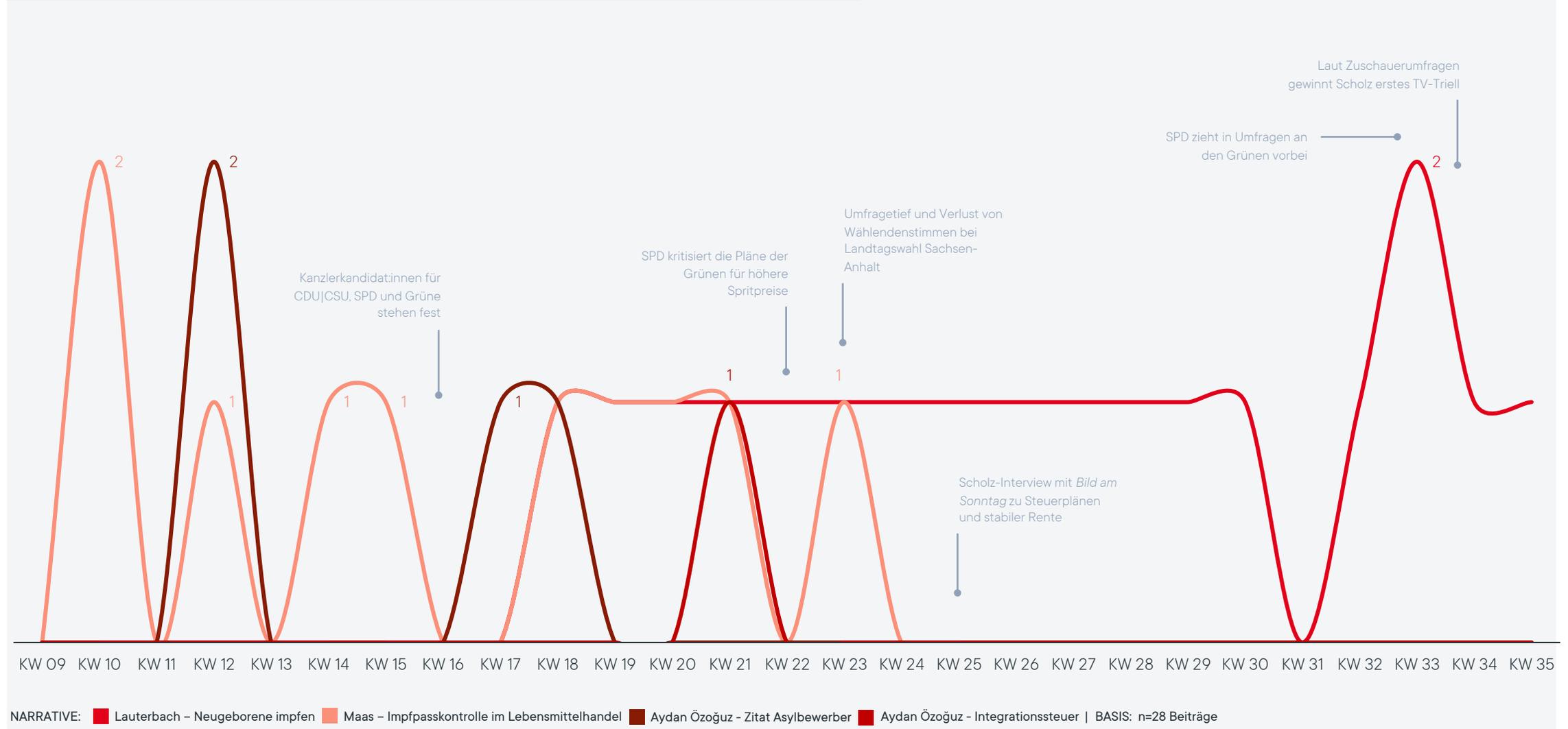
12. Aydan Özoguz,
Die Grünen,
Beauftragte der Bundesregierung für Migration,

„Dass Asylbewerber kriminell werden, auch unter Umständen Raub begehen, das ist einzig und allein die Schuld der Deutschen, weil deren Spendenbereitschaft sehr zu wünschen übrig lässt.“

Twitter: Freisein54 @freisein54 · 8. Mai

SPD: Desinformationsnarrative im Überblick

Desinformationsnarrative im Zeitverlauf | nach Nennungen



#3.3 Desinformationsnarrative zum Bündnis 90|Die Grünen

20

DESINFORMATIONSNARRATIVE

22.288

BEITRÄGE ZU
DESINFORMATIONEN

TOP-NARRATIV NACH BEITRÄGEN:
BAERBOCKS UNI-ABSCHLUSS

Die Grünen: Medienpräsenz und Reichweite der Desinformationsnarrative

Desinformationsnarrative zu den Grünen werden in **22.288 Beiträgen** identifiziert und erreichen **2,8 Mrd. potenzielle Kontakte** und damit mehr als zehn Mal so viel wie die Narrative gegen die CDU|CSU. Im Fokus der Berichterstattung steht das

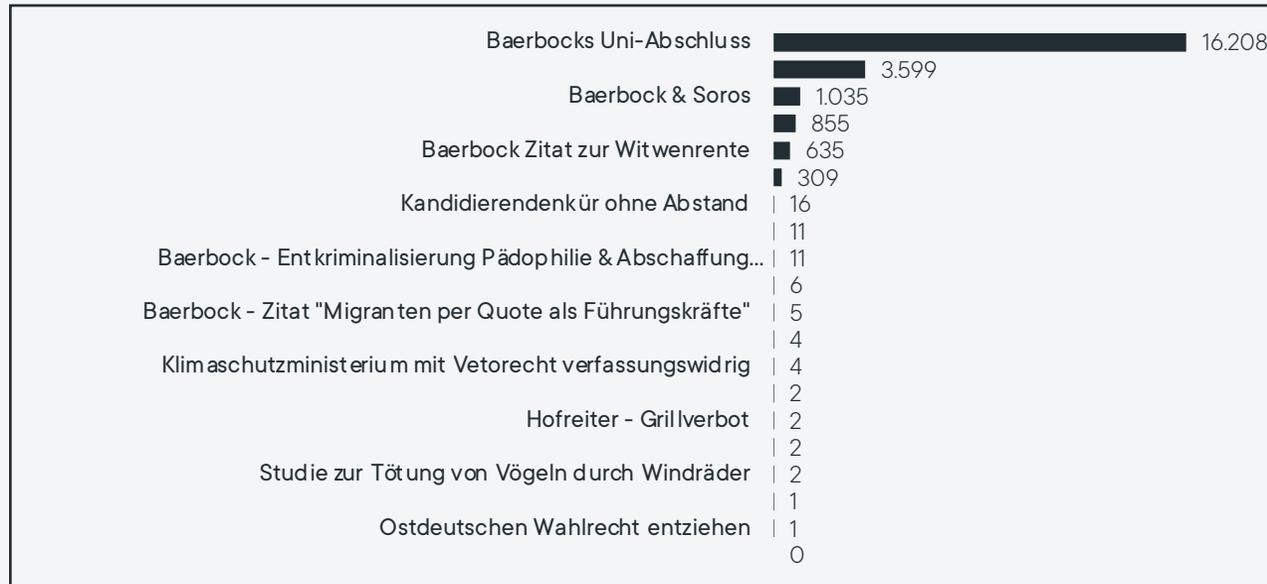
Narrativ zu **Annalena Baerbocks Uni-Abschluss** mit 16.208 Beiträgen. Der universitäre Abschluss der Kanzlerkandidatin wird vor allem in sozialen Netzwerken, allen voran Twitter mit 15.451 (Re)Tweets, diskutiert. Nach Reichweite liegt das Narrativ

daher auf dem zweiten Platz (571 Mio. potenzielle Kontakte). Die mit Abstand **höchste Reichweite erzielen die gefälschten Verbotsforderungen** (1,65 Mrd. potenzielle Kontakte). Hintergrund ist eine Vielzahl von sogenannten „Sharepics“,

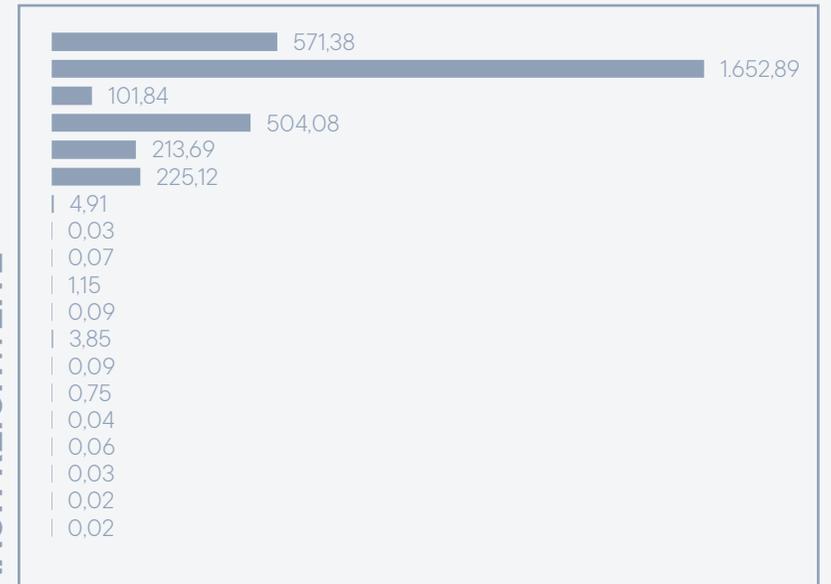
die diverse, angebliche Verbote der Partei suggerieren wie z. B., dass Einfamilienhäuser, Kreuzfahrten oder der Fleischkonsum verboten werden sollen. Die Berichterstattung findet vorwiegend in reichweitenstarken Onlinemedien statt.

Desinformationsnarrative zu den Grünen | nach Beitragsanzahl* und Reichweite** (in Mio.)

NACH BEITRAGSANZAHL



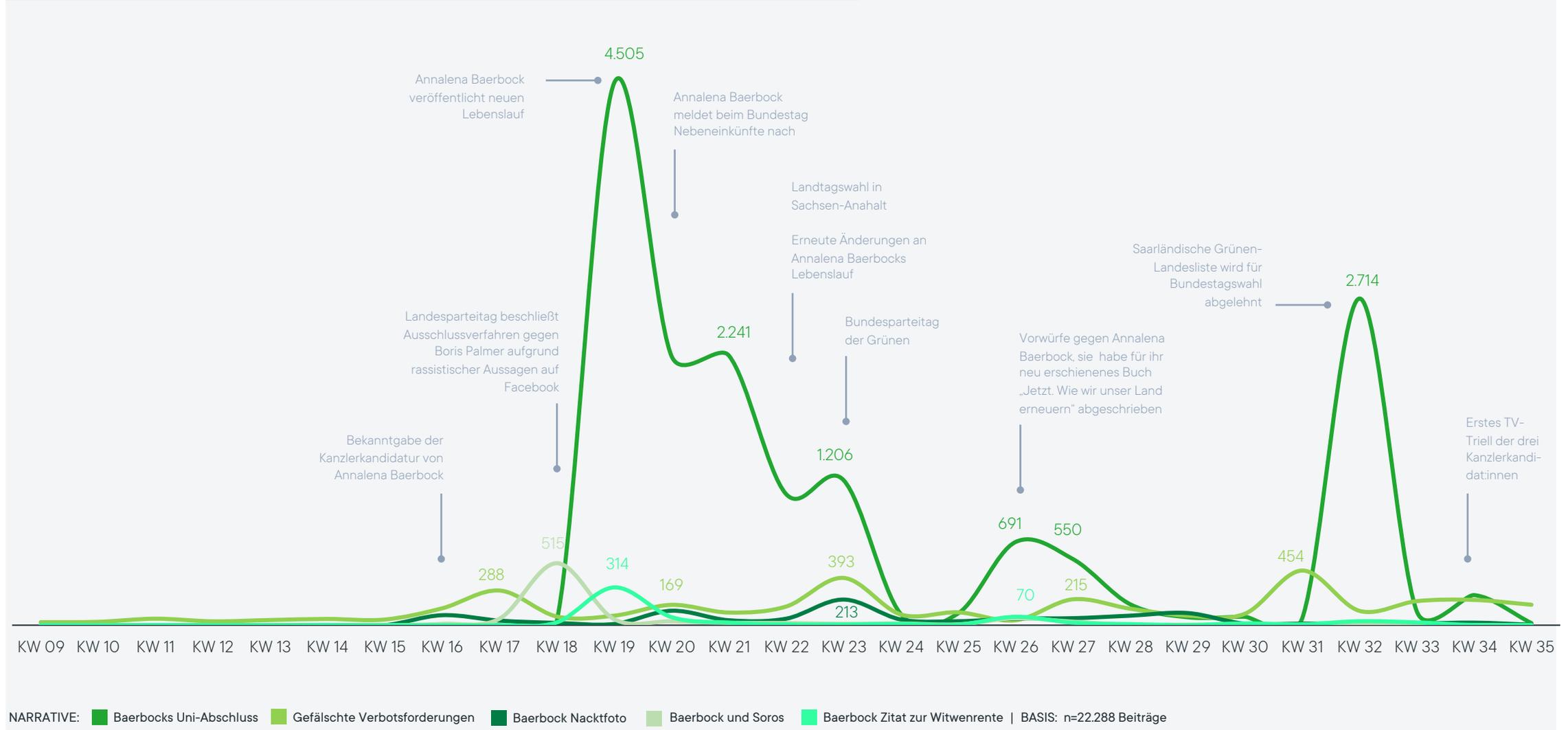
NACH REICHWEITE



BASIS: n=22.288 Beiträge | *Mehrfachnennungen der Narrative je Beitrag möglich. | **aufaddierte, potenzielle Kontaktmöglichkeiten je Beitrag (Definition auf S. 71)

Die Grünen: Top-Desinformationsnarrative im Überblick

Top5-Desinformationsnarrative im Zeitverlauf | nach Nennungen



Desinformationsnarrative: Beiträge zu den Grünen nach NewsGuard-Ranks

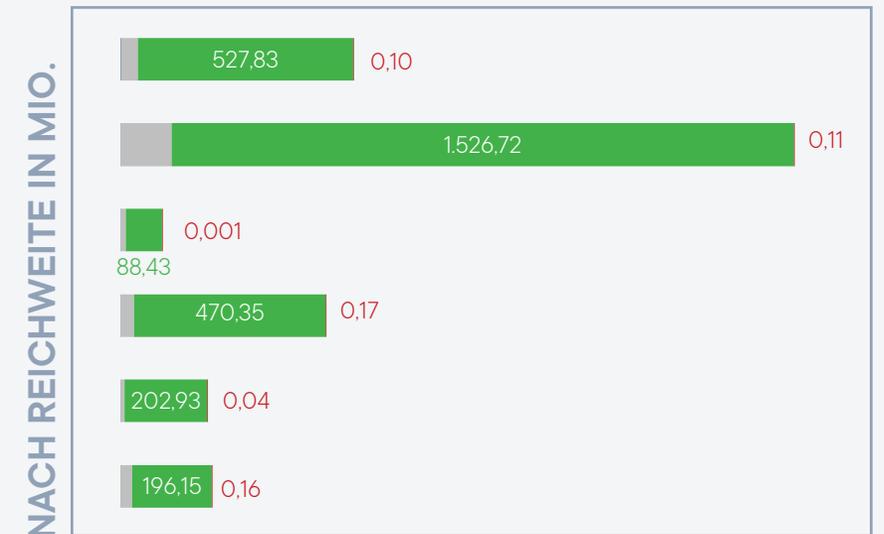
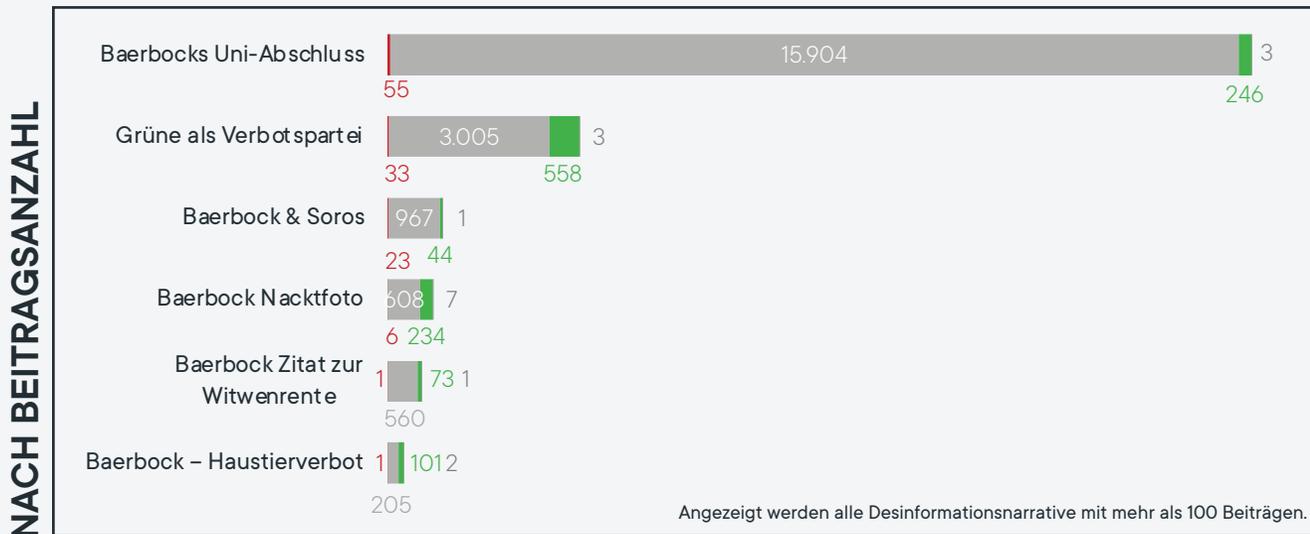
1.265 Beiträge, die Desinformationsnarrative gegen die Grünen thematisieren, erscheinen in Medien, die NewsGuard als **vertrauenswürdig** einordnet (5,67 %). Die meisten davon setzen sich mit dem Narrativ der **Grünen als Verbotspartei** auseinander (n=558). Demgegenüber stehen 119 Beiträge, die in **nicht-vertrauenswürdigen**

Medien erscheinen (0,54 %). Knapp die Hälfte dieser Beiträge fokussiert Annalena Baerbocks Uni-Abschluss (n=55), über ein Drittel die Grünen als Verbotspartei (n=33) und 23 Beiträge eine angeblich verschwörerische Verbindung zwischen Baerbock und George Soros. Der große Anteil nicht-bewerteter Beiträge stammt vorwiegend

von Twitter und anderen sozialen Medien. Die Aufspaltung nach Reichweite zeigt, dass die nicht-vertrauenswürdigen Medien nur einen sehr geringen Anteil an der Reichweite haben. Die Bekanntheit wird erst durch die Aufklärungsarbeit der vertrauenswürdigen Medien erzeugt. Die nicht-vertrauenswürdigen und die sozialen

Medien sorgen zusammen quasi für die initiale Schaffung und Aufrechterhaltung der Narrative, während die vertrauenswürdigen Medien unfreiwillig für die Verbreitung der Erzählung sorgen.

Desinformationsnarrative zu den Grünen | nach Beitragsanzahl* und Reichweite** (in Mio.)



Nach ihrer Nominierung als Kanzlerkandidatin, die im April stattfand, habe sie erlebt, dass bewusst **falsche Behauptungen** über sie in die Welt gesetzt worden seien, sagte Baerbock. So werde etwa immer wieder **angezweifelt, dass sie an der London School of Economics (LSE) einen Abschluss erworben habe**. In den USA habe sich gezeigt, was mit einer Gesellschaft passiere, wenn sich Wahrheit und Unwahrheit vermischten.

Baerbock: Habe kein Sachbuch geschrieben, FOCUS Online, 01.07.2021 

Daß die Dunkelgrünen in den deutschen Redaktionen nicht die hellsten Grünen sind, kann man auch ohne Experten leicht selber feststellen. Wenn nämlich unwiderlegbar werden sollte, daß sich die grüne Bundeskanzlerkandidierende **Baerbock mit gefälschten akademischen Federn schmückt**, mithin also eine Irreführung des Wahlvolks im Schilde führte, dann wäre das einem grünen Wahlerfolg im September sehr abträglich.

Deutsche Medien: Annaleninisten im grünen Vollrausch, journalistenwatch.com, 19.05.2021 

Desinformationsnarrative: Beiträge zu den Grünen in nicht-vertrauenswürdigen Medien

Insgesamt können 119 Beiträge zu den Grünen in nicht-vertrauenswürdigen Medien gemäß NewsGuard-Klassifizierung identifiziert werden. **Präsentestes Medium hierbei ist freiewelt.net mit 24 Beiträgen, welches hauptsächlich über Annalena**

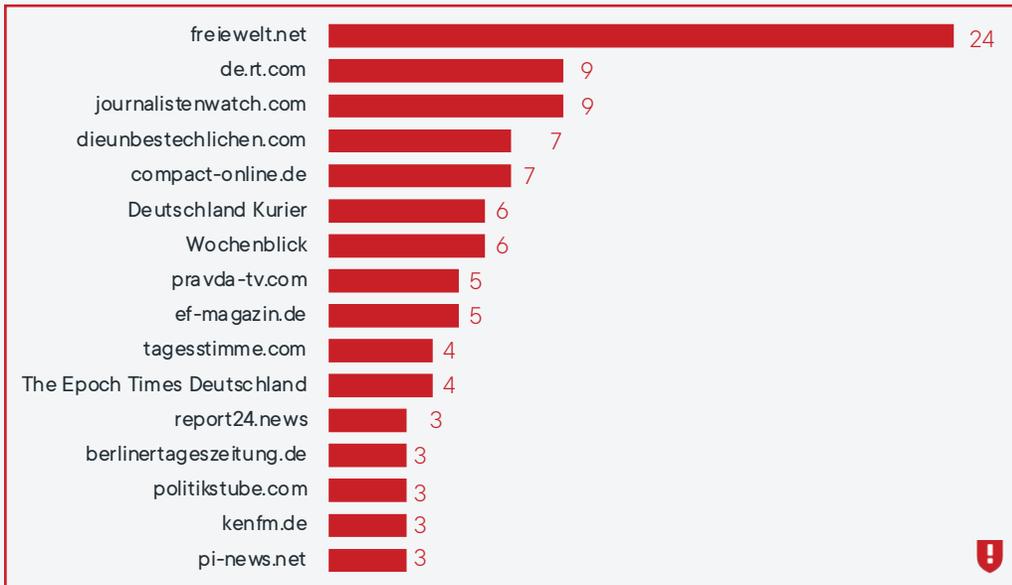
Baerbocks Uni-Abschluss berichtet. Dennoch landet das Medium von *Beatrix von Storch*s Ehemann im Reichweitenvergleich nur auf Rang 4. **Die größte Reichweite erzielt *journalistenwatch.com* mit neun Beiträgen.** Das Onlinemedium

konzentriert sich auf die angeblich verschwörerische Verbindung zwischen Baerbock und George Soros, und greift die Beschwerden der Grünen über diverse Narrative auf und relativiert diese als „Jammern“. Auch *dieunbestechlichen.com*

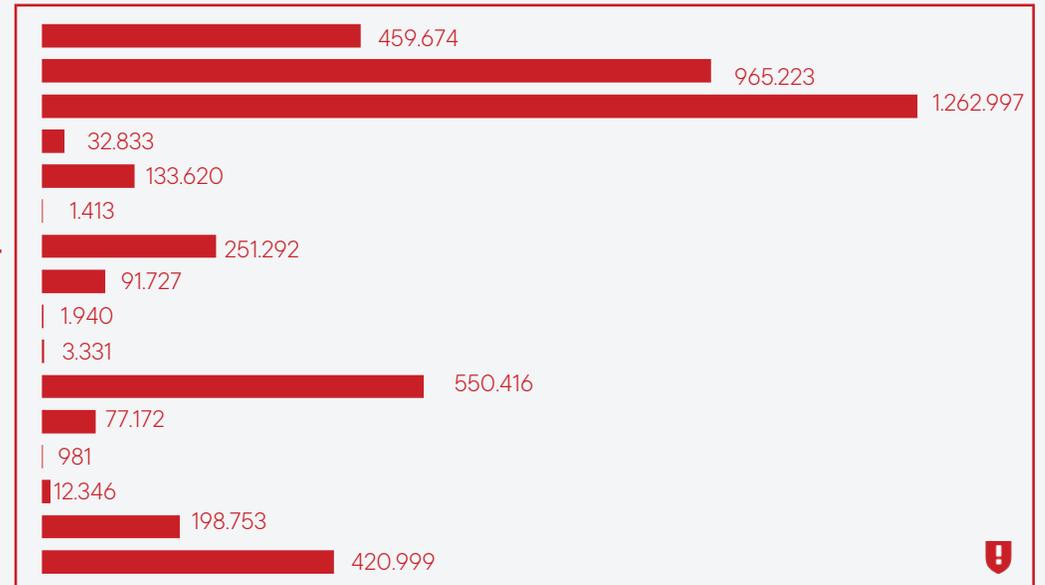
thematizieren die angebliche Verbindung zwischen Baerbock und Soros. *compact-online.de* (n=6) greift vorwiegend die gefälschten Verbotsforderungen der Grünen auf.

Nicht-vertrauenswürdige Medien | nach Beitragsanzahl* & Reichweite**

NEWSGUARD-MEDIEN < 60 | BEITRÄGE



NEWSGUARD-MEDIEN < 60 | REICHWEITE



BASIS: n=119 Beiträge | *Beachtet werden alle Medien mit mind. drei Beiträgen, Mehrfachnennungen der Narrative je Beitrag möglich | **aufaddierte, potenzielle Kontaktmöglichkeiten je Beitrag (Definition auf S. 71)

#4 Backlinkanalyse der Mitglieder des Deutschen Bundestages (MdB)

82.307

POSTS

01.06. – 31.08.2021

UNTERSUCHUNGSZEITRAUM

652

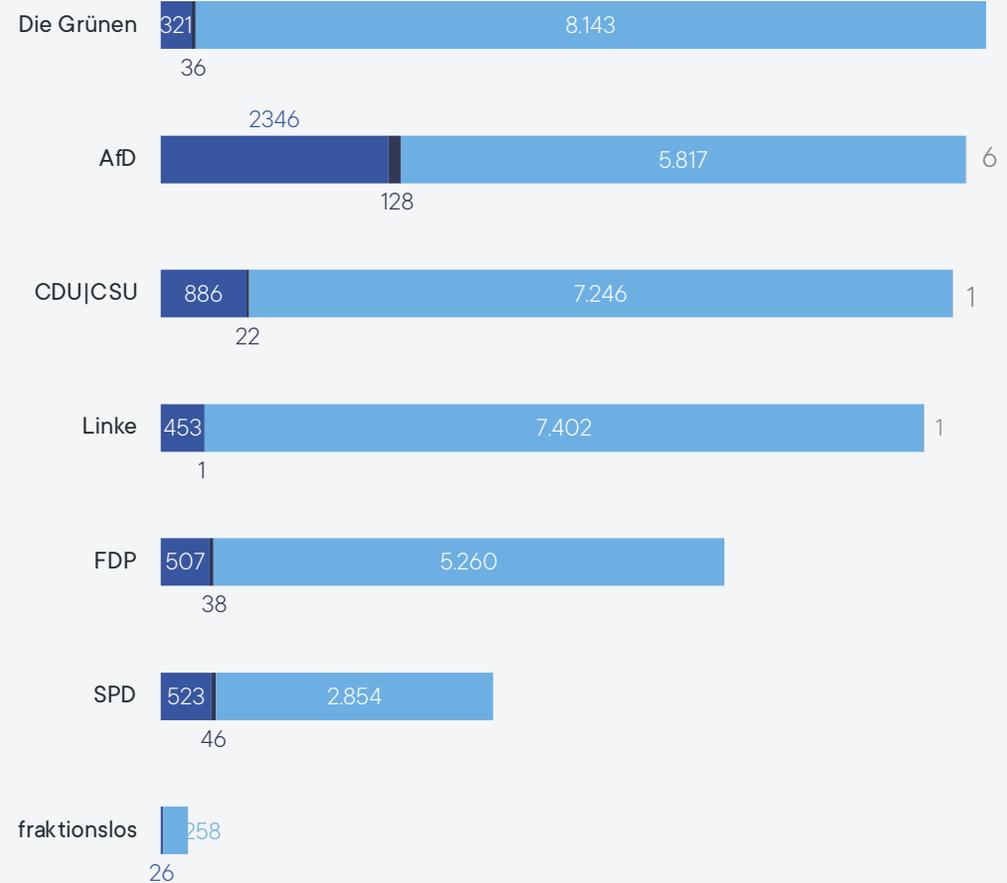
ABGEORDNETE

Auf welchen Kanälen verbreiten die MdBs die meisten Links (nach Parteien)?

Für den Zeitraum vom 01. Juni bis 31. August 2021 wurden die Social-Media-Kanäle der Abgeordneten des Deutschen Bundestages untersucht. Die beobachteten Kanäle waren Facebook, Instagram, Twitter und YouTube. Insgesamt wurden diesem Zeitraum 82.307 Posts von 652 Abgeordneten erfasst. Diese Posts generierten eine Reichweite* von 1.103,3 Millionen potenziellen Kontaktmöglichkeiten und weisen insgesamt 17,3 Millionen Interaktionen auf. Die Posts der Abgeordneten wurden im nächsten Schritt daraufhin überprüft, ob in ihnen externe Inhalte verlinkt waren. Insgesamt konnten 42.321 Links identifiziert werden. Verlinkungen sind überwiegend auf Twitter zu finden (36.980

Tweets mit externen Links), gefolgt von Facebook (5.062 mit externen Links) und abgeschlagen Instagram (271 Beiträge mit externen Links). Mit nur acht Links ist YouTube zu vernachlässigen. Die Grünen teilen insgesamt die meisten Links, vorwiegend über Twitter. Der größte Kanalmix bei der Verbreitung externer Inhalte kann bei den Abgeordneten der AfD festgestellt werden. Diese sind deutlich aktiver auf Facebook und Instagram im Vergleich zu den anderen Parteien. Die Abgeordneten der SPD sind eher zurückhaltend beim Teilen externer Inhalte und liegen mit 3.423 Links deutlich hinter den Abgeordneten anderer Parteien zurück.

Beiträge von MdB mit externen Links nach Parteien | nach Anzahl der Links



Wohin verweisen die externen Links der Bundestagsabgeordneten?

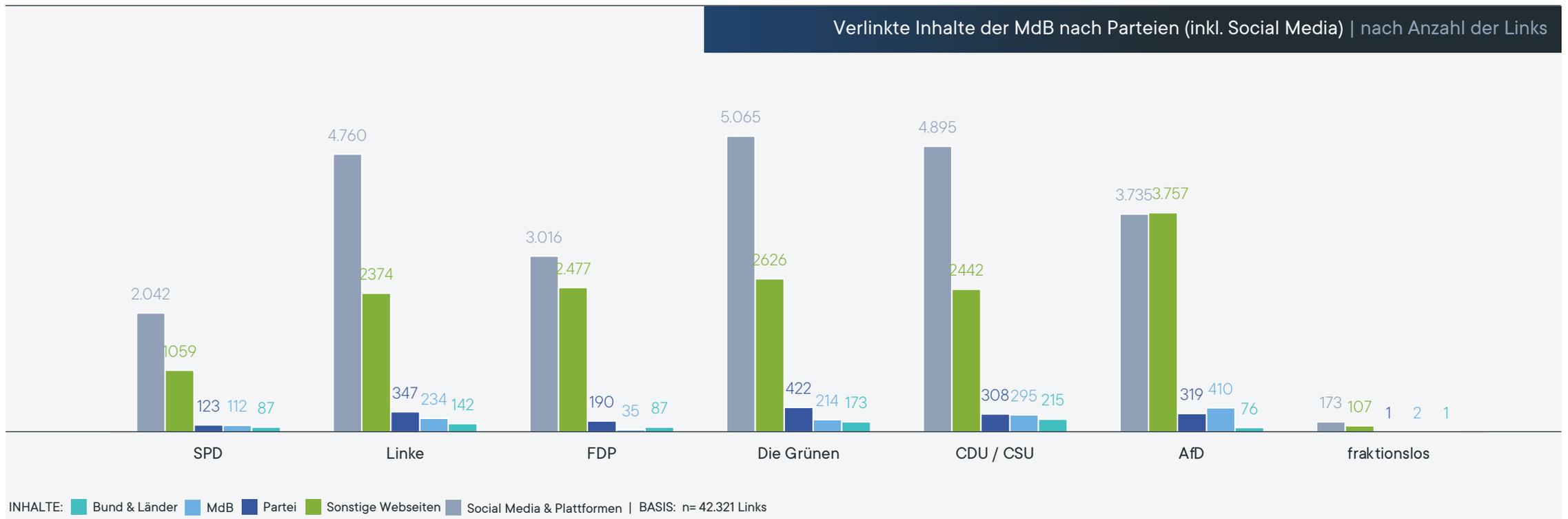
Insgesamt 56 Prozent aller verbreiteten Links verweisen auf Social-Media-Kanäle, Plattformen oder Kommunikationstools wie Zoom etc. Dieser Anteil ist bei der Linken mit 61 Prozent am höchsten. Bei Social-Media-Kanälen, Plattformen und anderen von Nutzer:innen generierten Inhalten wird seitens NewsGuard keine

Analyse vorgenommen, da die Nutzer:innen sozialer Medien nicht hinsichtlich der Einhaltung journalistischer Standards bewertet werden können. Im Folgenden konzentriert sich die Analyse daher auf den Anteil der „sonstigen Webseiten“, auf die die MdB in ihren Beiträgen verweisen. Diese Links zu Webseiten, die keinen direkten Bezug zu

Parteien oder politischen Institutionen haben und auch nicht auf soziale Medien verweisen (hier: „sonstige Webseiten“), machen den zweitgrößten Anteil in der Berichterstattung aus. Hierunter finden sich sowohl Online-News als auch statische Webseiten (z.B. von Unternehmen oder Organisationen). Bei der AfD macht diese

Art von Links den stärksten Anteil der Verlinkungen aus (n=3.757 Links), allerdings sind hier Social-Media-Links beinahe gleichauf.

Verlinkte Inhalte der MdB nach Parteien (inkl. Social Media) | nach Anzahl der Links

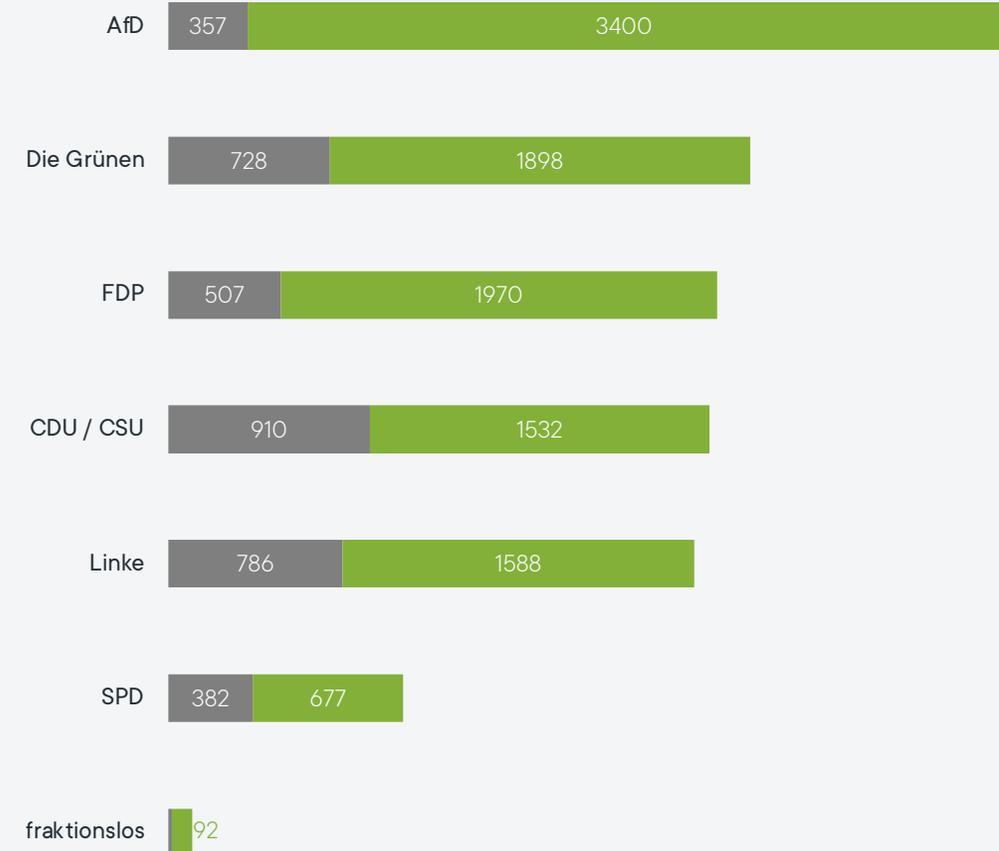


Welche Webseitentypen werden von den Bundestagsabgeordneten weiterverbreitet?

Der Fokus dieser Grafik liegt auf dem Anteil der Links von Mitgliedern des Deutschen Bundestages, die sich **nicht** auf Regierungsorgane, Parteien, andere MdB, eigene Publikationen, Tools (z. B. Meeting-Software) oder soziale Medien beziehen. **An dieser Stelle liegt der Fokus auf den Links zu den übrigen Webseiten im Internet, die größtenteils Online-News, aber auch statische Webseiten von z. B. Unternehmen oder Verbänden, beinhalten.** Für 75 Prozent dieser Links liegt von NewsGuard eine Glaubwürdigkeitseinschätzung der Zielwebseiten vor.

Den größten Anteil bewerteter Zielwebseiten liefern die Abgeordneten der AfD, sowohl prozentual als auch absolut mit insgesamt 3.400 bewertbaren Links. Die geringste Aktivität verzeichnen hier die Abgeordneten der SPD mit nur 1.059 Links, von denen 677 bewertbar waren.

Verlinkte Webseiten nach Parteien (exkl. Social Media) | nach Anzahl der Links



Wie hoch ist die Vertrauenswürdigkeit der von MdBs verbreiteten Webseiten?

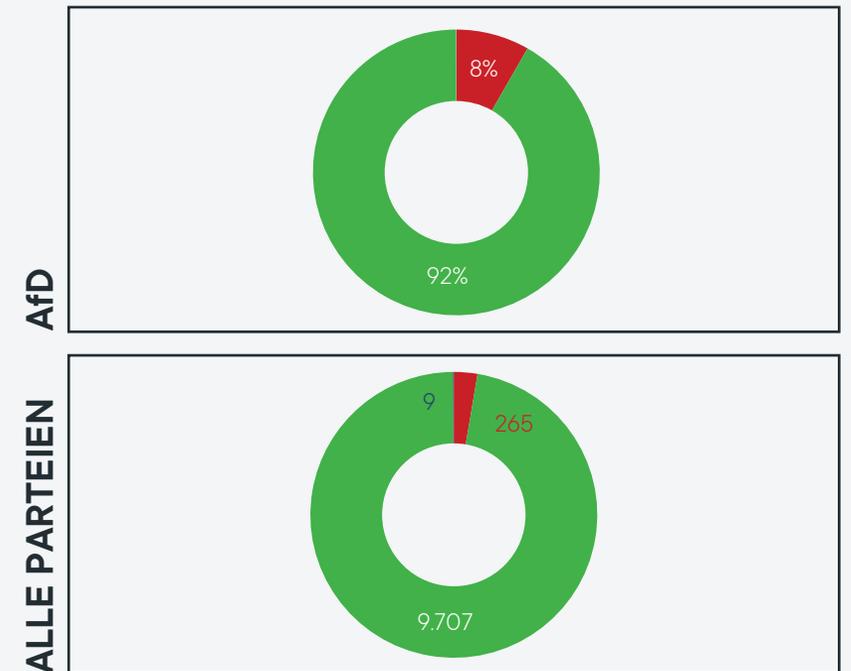
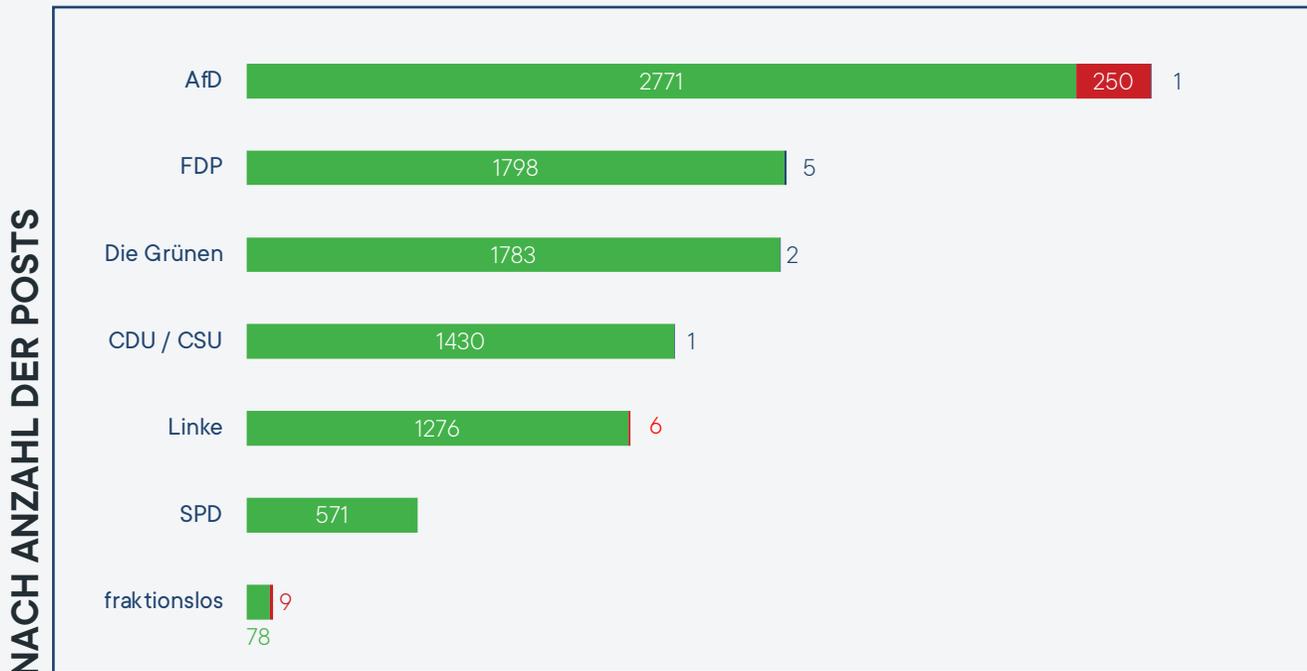
75 Prozent der verbreiteten Webseiten gehören zu den Medien, die von NewsGuard hinsichtlich der Einhaltung internationaler, journalistischer Standards geprüft wurden. Innerhalb dieses Mediensets kann festge-

stellt werden, dass die Mehrzahl der Parteien von Juni bis August ausschließlich vertrauenswürdige Medien geteilt haben. Die große Ausnahme bildet die AfD mit 250 Links zu Medien mit einem NewsGuard-

Score unter 60. Dies entspricht acht Prozent aller Links der AfD Abgeordneten in dieser Kategorie („sonstige Webseiten“). Der fraktionslose Abgeordnete Frank Pasemann teilt in neun Fällen Medien mit

niedrigem Score. Aber auch vier Abgeordnete der Linken teilen in sechs Fällen Inhalte von Seiten, die als nicht-vertrauenswürdig klassifiziert wurden.

Verlinkte Webseiten nach NewsGuard-Rank | nach Anzahl der Posts



NEWSGUARD-RANK: Vertrauenswürdig (Score ≥ 60) Nicht vertrauenswürdig (Score < 60) Satire | BASIS: n=9.981 Links mit NewsGuard-Bewertung

Welche Abgeordneten teilen Medien mit niedrigem NewsGuard-Score?

Insgesamt können 265 Links zu Medien mit einem NewsGuard-Score unter 60 identifiziert werden. 250 davon werden von Abgeordneten der AfD geteilt, neun weitere kommen vom fraktionslosen Politiker Frank Pasemann, der bis November 2020

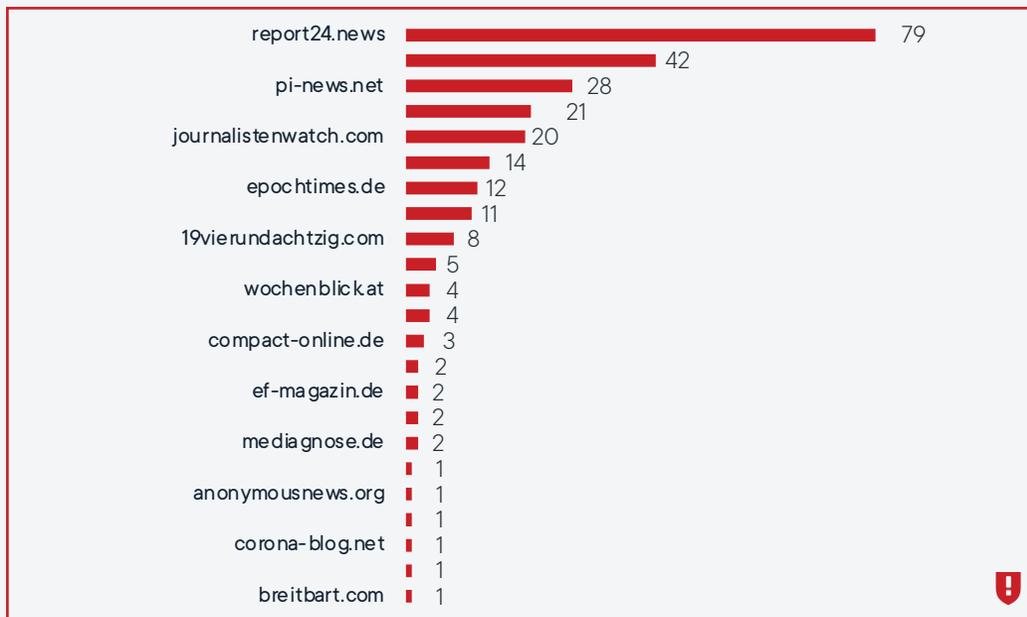
ebenfalls der AfD angehörte. Sechs Links werden von Abgeordneten der Linken geteilt. **Am häufigsten verbreitet Martin Erwin Renner (AfD) entsprechende Links, vorwiegend zur Seite *report24.news* (73 Links).** Er verweist zudem 18 Mal auf *pi-*

news.net, u.a. auf seine eigene Kolumne dort. Dieses Medium ist in der Vergangenheit mehrfach durch die Verbreitung rechtsextremer Verschwörungserzählungen aufgefallen. Udo Hemmelgarn (AfD) setzt 28 Links, vorwiegend zu

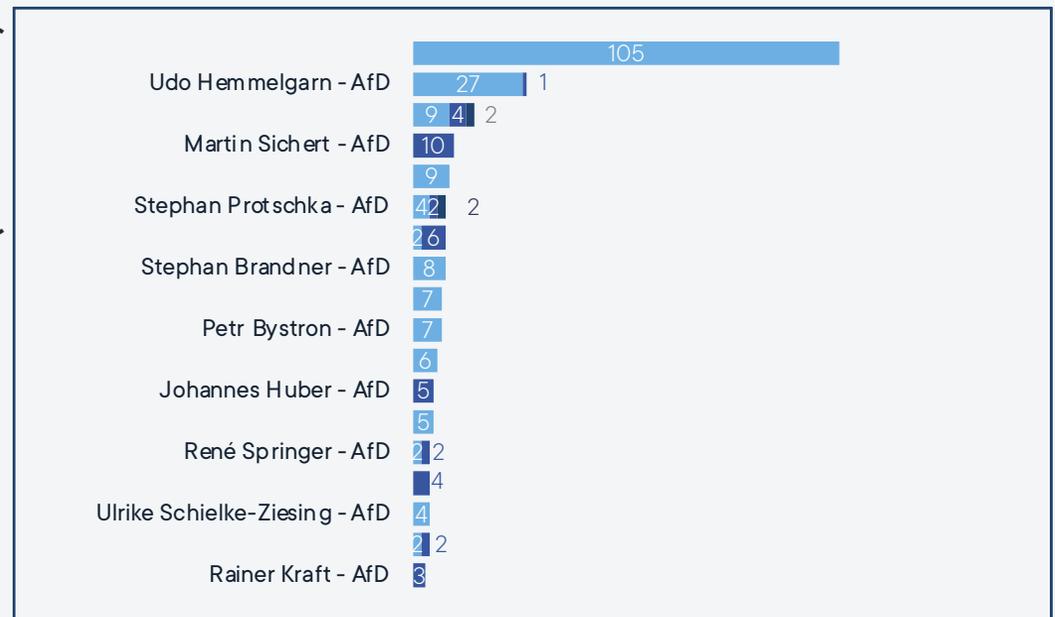
reitschuster.de, welches auch den zweiten Platz in der Rangliste der meistverlinkten Medien in dieser Kategorie einnimmt. Die russischen Medien *de.rt.com* sowie *snews.de* nehmen die Ränge vier und acht ein.

Verbreitung der Medien mit einem NewsGuard-Rank < 60: Medien und Akteure | nach Posts

POSTS IN NEWSGUARD-MEDIEN < 60



POSTS NACH AKTEUREN (MIN. 3 LINKS)



Welche Abgeordneten teilen Medien mit niedrigem NewsGuard-Score?

Kanäle und Reichweiten der Abgeordneten, die nicht-vertrauenswürdige Medien teilen



Martin Erwin Renner - AfD

Twitter

Buzz: 105
Reach: 836,149
Interactions: 9,270



Udo Hemmelgarn - AfD

Facebook, Twitter

Buzz: 28
Reach: 197,663
Interactions: 7,607



Dr. Anton Friesen - AfD

Facebook, Instagram, Twitter

Buzz: 14 (15 Links)
Reach: 42,194
Interactions: 261



Martin Sichert - AfD

Facebook

Buzz: 10
Reach: 488,737
Interactions: 16,505



Frank Pasemann - fraktionslos

Twitter

Buzz: 9
Reach: 105,983
Interactions: 3,538



Stephan Brandner - AfD

Twitter

Buzz: 8
Reach: 142,882
Interactions: 1,582



Wolfgang Wiehle - AfD

Facebook, Twitter

Buzz: 8
Reach: 29,914
Interactions: 986



Stephan Protschka - AfD

Facebook, Instagram, Twitter

Buzz: 8
Reach: 69,584
Interactions: 2,543



Petr Bystron - AfD

Twitter

Buzz: 7
Reach: 114,209
Interactions: 475

Welche Abgeordneten teilen Medien mit niedrigem NewsGuard-Score?

Kanäle und Reichweiten der Abgeordneten, die nicht-vertrauenswürdige Medien teilen



Dr. Götz Frömking - AfD

Twitter

Buzz: 7

Reach: 106,127

Interactions: 2,011



Jürgen Braun - AfD

Twitter

Buzz: 6

Reach: 22,438

Interactions: 394



Joana Cotar - AfD

Twitter

Buzz: 5

Reach: 114,801

Interactions: 2,681



Johannes Huber - AfD

Facebook

Buzz: 5

Reach: 373,326

Interactions: 7,779



René Springer - AfD

Facebook, Twitter

Buzz: 4

Reach: 19,321

Interactions: 991



Corinna Miazga - AfD

Facebook

Buzz: 4

Reach: 149,644

Interactions: 7,213



Peter Boehringer - AfD

Facebook, Twitter

Buzz: 4

Reach: 11,953

Interactions: 87



Ulrike Schielke-Ziesing - AfD

Twitter

Buzz: 4

Reach: 7,161

Interactions: 2,489

Welche Abgeordneten teilen Medien mit niedrigem NewsGuard-Score?

Kanäle und Reichweiten der Abgeordneten, die nicht-vertrauenswürdige Medien teilen



Rainer Kraft - AfD

Facebook

Buzz: 3

Reach: 20,035

Interactions: 341



Nicole Höchst - AfD

Facebook

Buzz: 3

Reach: 38,685

Interactions: 577



Tobias Matthias Peterka - AfD

Facebook, Twitter

Buzz: 3

Reach: 9,688

Interactions: 149



Karsten Hilse - AfD

Facebook

Buzz: 3

Reach: 64,560

Interactions: 4,833



Dr. Dirk Spaniel - AfD

Twitter

Buzz: 2

Reach: 8,167

Interactions: 63



Hansjörg Müller - AfD

Facebook

Buzz: 2

Reach: 13,468

Interactions: 41



Dietmar Friedhoff - AfD

Facebook

Buzz: 2

Reach: 20,040

Interactions: 756



Dr. Diether Dehm - Linke

Twitter

Buzz: 2

Reach: 14,056

Interactions: 54



Sevim Dağdelen - Linke

Twitter

Buzz: 2

Reach: 69,650

Interactions: 9,032

Welche Abgeordneten teilen Medien mit niedrigem NewsGuard-Score?

Kanäle und Reichweiten der Abgeordneten, die nicht-vertrauenswürdige Medien teilen



Enrico Komning - AfD

Facebook

Buzz: 1

Reach: 10,754

Interactions: 333



Jan Nolte - AfD

Facebook

Buzz: 1

Reach: 12,421

Interactions: 90



Norbert Kleinwächter - AfD

Twitter

Buzz: 1

Reach: 4,230

Interactions: 16



Andreas Bleck - AfD

Facebook

Buzz: 1

Reach: 10,832

Interactions: 404



Dr. Alexander Neu - Linke

Twitter

Buzz: 1

Reach: 5,627

Interactions: 10



Martina Renner - Linke

Twitter

Buzz: 1

Reach: 23,068

Interactions: 7

Anhang

Reichweite

Unter Reichweite werden sämtliche aufaddierte, potenzielle Kontaktmöglichkeiten eines Beitrags verstanden, d. h. die maximale Anzahl von Nutzern, die mit dem jeweiligen Beitrag in Berührung gekommen sein könnte. Dies ist in der Regel höher als die tatsächliche Anzahl von Lesern eines konkreten Beitrags. Da die tatsächliche Anzahl jedoch nicht genau ermittelt werden kann, wird die potenzielle Maximalreichweite als Näherungswert verwendet. Ein solcher Näherungswert ist hilfreich, um die Sichtbarkeit von Medien, Beiträgen, Textinhalten, Autoren etc. miteinander vergleichen zu können. Die Reichweite errechnet sich wie folgt:

Für Onlinemedien: Die Kontaktmöglichkeiten je Beitrag errechnen sich für Onlinemedien aus den sogenannten „Daily Unique Visitors“, einer allgemein geläufigen Metrik zur Zugriffshäufigkeit einer Webseite, die ausdrückt, wie viele Nutzer bzw. Geräte innerhalb eines definierten Zeitraums auf die jeweilige Webseite zugegriffen haben. Die „Unique Visitors“ werden täglich oder monatlich ausgegeben. Für die Vergleichbarkeit der Reichweite mit sozialen Medien, wird „Daily Unique Visitors“ verwendet.

Für soziale Medien: Die Kontaktmöglichkeiten pro Beitrag in sozialen Medien, errechnen sich aus der jeweils verfügbaren Follower-Metrik des jeweiligen Kanals: Twitter = Anzahl der Follower des Kanals, Facebook = Anzahl der Likes der Facebook Page, YouTube = Anzahl der Videoaufrufe, Instagram = Anzahl der Follower. Für Blogs und Foren gelten die „Daily Unique Visitors“ der jeweiligen Webseite.

Beitragsanzahl | Buzz

Die Beitragsanzahl beschreibt die Menge aller Beiträge bzw. Artikel, die im Untersuchungszeitraum publiziert wurden.

Backlink

Ein Backlink für eine bestimmte Web-Ressource ist eine Verlinkung von einer anderen Website zu dieser Web-Ressource. Eine Web-Ressource kann beispielsweise eine Website oder ein Webverzeichnis sein.

Interaktionen

Interaktionen beziehen sich auf jede Aktion, die Social-Media-Nutzer*Innen bei einem Posting ausführen. Dies kann in Form von „Likes“, „Comments“ oder „Shares“ erfolgen.

Posts

Ein Post (deutsch: Beitrag) ist ein Text, ein Bild oder ein anderer Inhalt, der online veröffentlicht wird, typischerweise in einem Blog oder auf einer Website oder in sozialen Medien.

Was ist der NewsGuard-Score?

NewsGuard ermittelt basierend auf neun journalistischen Kriterien die **Glaubwürdigkeit und Transparenz** von Nachrichten-Webseiten und stellt diese auf einer **Skala von 0 bis 100 Punkten** dar.

Bewertung:

 **Grün** ("vertrauenswürdig") bekommen Medien mit einem Score **ab 60 Punkten**.

 **Rot** ("nicht-vertrauenswürdig") sind Medien, die **weniger als 60 Punkte** erhalten.

Jedem der neun Kriterien wird eine bestimmte Anzahl von Punkten zugewiesen, die addiert den NG-Score ergeben.

Mehr Infos auf der [Webseite](#).

Punkte, nach denen Kriterien gewichtet werden:

– Es werden nicht regelmäßig Falschinformationen veröffentlicht	22
– Journalisten recherchieren verantwortungsbewusst und nach journalistischen Kriterien	18
– Unterlaufene Fehler werden regelmäßig richtiggestellt	12.5
– Klare Unterscheidung zwischen Nachricht und Meinung	12.5
– Vermeiden irreführender Überschriften	10
– Die Webseite veröffentlicht Eigentumsverhältnisse und Finanzierung	7.5
– Werbung wird als solche gekennzeichnet	7.5
– Offenlegen der redaktionell Verantwortlichen, einschließlich möglicher Interessenskonflikte	5
– Informationen über Journalisten	5

- <https://dpa-factchecking.com/>
- <https://faktencheck.afp.com/>
- <https://euvsdisinfo.eu/>
- <https://www.mimikama.at/>
- <http://eufactcheck.eu/>
- <http://tagesschau.de/faktenfinder>
- <https://correctiv.org/>
- <https://www.politifact.com/>
- <https://www.nccih.nih.gov/>
- <https://mediabiasfactcheck.com/>
- <https://www.truthorfiction.com/>
- <https://www.desmogblog.com/>
- <https://skepticalscience.com/>
- <https://climatefeedback.org/>
- <https://quackwatch.org/>
- <https://metafact.io/>
- <https://healthfeedback.org/>

Desinformation zur CDU|CSU:

CDU|CSU: Merkel - gemeinsame Sache mit NSU-Terroristen

<https://correctiv.org/faktencheck/2021/03/15/nein-diese-fotos-zeigen-angela-merkel-nicht-mit-nsu-terroristen/>

CDU|CSU: Merkel - Soziale Isolierung von Impfverweigerern

<https://euvsdisinfo.eu/report/people-who-refuse-the-coronavirus-vaccine-may-have-to-be-isolated-merkel-said>

CDU|CSU: Merkel - Totaler Shutdown ab 12. April

<https://dpa-factchecking.com/germany/210407-99-119110/>

CDU|CSU: Söder – Corona-Maßnahmen gegen Volksbegehren

<https://faktencheck.afp.com/http%253A%252F%252Fdoc.afp.com%252F9LM3Y6-1>

CDU|CSU: Söder - angebliche Mehrfachimpfung

<https://correctiv.org/faktencheck/2021/02/15/fotos-zeigen-markus-soeder-bei-verschiedenen-impfungen-aber-keine-davon-war-gegen-covid-19/>

CDU|CSU: Söder - Ungeimpfte und Maskenverweigerer ausschließen

<https://faktencheck.afp.com/nein-markus-soeder-forderte-nicht-ungeimpfte-und-maskenverweigernde-auszuschliessen>

CDU|CSU: Spahn - Inzidenz-Fälschung bei Anne Will

<https://faktencheck.afp.com/nein-jens-spahn-gab-keine-inzidenz-faelschung-bei-anne-will-zu>

CDU|CSU: Merkel möchte sich nicht mit AstraZeneca impfen lassen

<https://www.mimikama.at/aktuelles/merkel-astrazeneca-impfung/>

CDU|CSU: Seehofer – Gefälschte CSU-Website

<https://www.rnd.de/politik/seehofers-asy/politik-verspottet-satire-gruppe-bekannt-sich-zu-fake-webseite-HQ6QSC3ZPOGQ3CQCYPFJCZ4XTI.html>

CDU|CSU: Laschet-Zitat zum Klimaschutz

<https://www.br.de/nachrichten/deutschland-welt/faktenfuchs-falsches-laschet-zitat-kursiert-auf-twitter.ScNP3En>

CDU|CSU: Laschet in Stolberg

<https://correctiv.org/aktuelles/2021/07/20/hochwasser-doch-armin-laschet-war-vor-ort-in-stolberg/>

CDU|CSU: Laschet – Wahlkampffinanzierung durch Hochwasser-Spenden

<https://www.mimikama.at/aktuelles/laschet-wahlkampf-spendengelder/>

CDU|CSU: Laschet – Laschet lässt Flutopfer im Regen stehen

<https://correctiv.org/faktencheck/2021/08/13/nein-fuer-armin-laschet-mussten-zwei-maenner-nicht-im-regen-steinen/>

Desinformation zur SPD:

SPD: Lauterbach - Neugeborene impfen

<https://correctiv.org/faktencheck/2021/04/23/nein-karl-lauterbach-hat-keine-verpflichtende-covid-19-impfung-von-neugeborenen-vorgeschlagen/>

SPD: Lambrecht: Zitat "wer demonstriert kann Mörder werden"

<https://dpa-factchecking.com/germany/200714-99-791921/>

SPD: Maas - Impfpasskontrolle im Lebensmittelhandel

[Nein, Heiko Maas fordert keine Impfpass-Pflicht für Lebensmittelkäufe \(correctiv.org\)](#)

SPD: Aydan Özoğuz – Integrationssteuer

<https://www.mimikama.at/aktuelles/maerchen-integrationssteuer/>

SPD: Aydan Özoğuz – Zitat Asylbewerber

<https://faktencheck.afp.com/es-gibt-keine-hinweise-auf-dieses-zitat-der-spd-bundestagsabgeordneten-aydan-oezoguz>

SPD: Maas - "Besseres Afghanistan"-Zitat

<https://faktencheck.afp.com/http%253A%252F%252Fdoc.afp.com%252F9LE8GD-1>

Desinformation zu den Grünen:

Grüne: Baerbock – Haustierverbot

<https://correctiv.org/faktencheck/2021/04/22/hundeverbot-angebliches-zitat-von-annalena-baerbock-ist-ein-fake/>

Grüne: Baerbock & Soros

<https://www.tagesschau.de/faktenfinder/baerbock-soros-101.html>

Grüne: Baerbock – Nacktfoto

<https://www.rnd.de/medien/faktencheck-annalena-baerbock-nicht-auf-nacktfoto-U2lB5lSH2ZDUZOSEN4UZRUQRH4.html>

Grüne: Baerbock-Zitat zur Witwenrente

<https://dpa-factchecking.com/austria/210510-99-539871/>

Grüne: Baerbocks Uni-Abschluss

<https://www.volksverpetzer.de/wahlkampf/master-abschluss-baerbock-legitim/>

Grüne: Hofreiter – Grillverbot

<https://correctiv.org/faktencheck/2021/06/04/nein-anton-hofreiter-hat-kein-grillverbot-nur-fuer-deutsche-gefordert/>

Grüne: Drohrede der AfD

<https://faktencheckafp.com/diese-rede-stammt-von-einem-afd-abgeordneten-nicht-von-einem-gruenen-politiker>

Grüne: Göring-Eckardt – Deutschlandflagge schwenken

<https://correctiv.org/faktencheck/2021/06/03/nein-katrin-goering-eckardt-hat-fussballfans-nicht-aufgefordert-auf-das-schwenken-von-deutschlandfahnen-zu-verzichten/>

Grüne: Hofreiter - Islam als Pflichtfach

<https://dpa-factchecking.com/germany/210414-99-203782/>

Grüne: Kandidierendenkür ohne Abstand

<https://correctiv.org/faktencheck/2021/04/29/nein-diese-aufnahmen-von-annalena-baerbock-entstanden-nicht-bei-kuerzlicher-kandidatenfeier/>

Grüne: gefälschte Verbotsforderungen

[Die Grünen Zitate: Der Faktencheck zum Faktencheck! \(mimikama.at\)](https://www.mimikama.at/aktuelles/kriminelle-asylbewerber-zitat/)

Grüne: Roth – kriminelle Asylbewerber

<https://www.mimikama.at/aktuelles/kriminelle-asylbewerber-zitat/>

Grüne: Ostdeutschen Wahlrecht entziehen

<https://correctiv.org/faktencheck/2021/06/11/nein-die-gruenen-wollen-ossis-nicht-das-wahlrecht-entziehen/>

Grüne: Benzinpreis auf 7 Euro anheben

<https://correctiv.org/faktencheck/2021/03/17/erneut-falsche-behauptungen-ueber-partei-positionen-der-gruenen-im-umlauf/>

Grüne: Befürwortung von Kinderehen

<https://correctiv.org/faktencheck/2021/03/17/erneut-falsche-behauptungen-ueber-partei-positionen-der-gruenen-im-umlauf/>

Grüne: Baerbock - Entkriminalisierung Pädophilie und Abschaffung Schulpflicht

<https://www.mimikama.at/aktuelles/baerbock-fake-video/>

Grüne: Klimaschutzministerium mit Vetorecht verfassungswidrig

<https://correctiv.org/faktencheck/2021/08/20/nein-von-den-gruenen-vorgeschlagenes-klimaministerium-wuerde-nicht-gegen-die-verfassung-verstossen/>

Grüne: Baerbock - "Migranten per Quote als Führungskräfte,,

<https://correctiv.org/faktencheck/2021/08/19/nein-annalena-baerbock-forderte-nicht-migranten-per-quote-als-fuehrungskraefte-zu-bevorzugen/>

Grüne: Baerbock - angeblicher NZZ-Artikel

<https://correctiv.org/faktencheck/politik/2021/08/11/diese-saetze-ueber-annalena-baerbock-stammen-nicht-aus-der-nzz/>

Grüne: Studie zur Tötung von Vögeln durch Windräder

<https://correctiv.org/faktencheck/2021/08/19/nein-eine-studie-zeigt-nicht-dass-zehntausende-voegel-durch-windraeder-sterben/>

Allgemeine Desinformationen:

Allgemein: Wahlbetrug durch Briefwahl

<https://www.merkur.de/politik/wahlen-deutschland-2021-briefwahl-corona-betrug-bundestagswahl-usa-trump-afd-zr-90235896.html>

Allgemein: Gefälschtes Diskussionspapier BMG

<https://faktencheck.afp.com/dieses-angebliche-sitzungsdokument-ist-eine-faelschung>

Allgemein: Hochwasserkatastrophe absichtlich herbeigeführt

<https://www.br.de/nachrichten/wissen/faktenfuchs-die-hochwasser-wurden-nicht-kuenstlich-ausgeloest.SdZgGfx>

Allgemein: Telegram-Sperrung

<https://faktencheck.afp.com/http%253A%252F%252Fdoc.afp.com%252F9KH7TV-1>

Allgemein: Deutschland ist ein besetztes Land

<https://faktencheck.afp.com/http%253A%252F%252Fdoc.afp.com%252F9K88KW-1>

Allgemein: Polizei tötet Querdenker-Demonstrant

<https://uncutnews.ch/berlin-polizei-toetet-anti-corona-demonstranten-nils-melzer-sonderberichterstatter-der-vereinten-nationen-fuer-folter-reagiert/>

Allgemein: Fluthilfe-Fonds für Geflüchtete verwendet

<https://correctiv.org/faktencheck/2021/08/04/nein-der-fluthilfe-fonds-wurde-nicht-speziell-fuer-gefluechtete-verwendet/>

Allgemein: Einkaufen in Supermärkten mit Impfnachweis

<https://journalistenwatch.com/2021/08/07/corona-deutschland-nordkorea2/>

Allgemein: BMG-Schreiben "Rechtsgrundlage zur Corona-Situation,,

<https://www.mimikama.at/aktuelles/weisung-des-deutschen-bundesgesundheitsministerium/>

Die 2001 gegründete pressrelations GmbH mit Hauptsitz in Düsseldorf und elf weiteren Standorten u.a. in Austin (Texas), Berlin, Dublin, Wien und Zürich ist ein Fullservice-Dienstleister für crossmediale Monitoring- und Analyse-Services. Das Unternehmen verbindet seine in-house entwickelte, KI-gestützte Technologie mit der Expertise seiner News Manager, Analysten und Berater. Neben dem Echtzeit-Kundenportal [NewsRadar®](#) bietet pressrelations passgenaue Reporting-Formate, skalierbare Newsroom-Lösungen sowie die vom DPOK ausgezeichnete Analysemethode zur Trendfrüherkennung [FirstSignals®](#). Auf dieser Basis liefert pressrelations über 700 Kunden praxisnahe Insights und Handlungsempfehlungen zur Planung, Steuerung und Evaluation ihrer Kommunikationsarbeit.

In Kooperation mit:



pressrelations Deutschland
Klosterstrasse 112
40211 Düsseldorf
T +49 211 1752077 - 0
pressrelations.com/de

pressrelations Österreich
Gärtnergasse 10/5
1030 Wien
T +43 1 94 57 816
pressrelations.com/at

pressrelations Schweiz
Riedenmatt 4 | Postfach 228
6371 Stans
T +41 41 531 2215
pressrelations.com/ch

Florian Klaus
Head of International Business Development
florian.klaus@pressrelations.de
pressrelations GmbH
Klosterstraße 112
40211 Düsseldorf

Jennifer Selig
Media Analyst & News Manager
jennifer.selig@pressrelations.de
pressrelations GmbH
Marktstraße 8
10317 Berlin

Nadja Lorber
Media Analyst & News Manager
nadja.lorber@pressrelations.de
pressrelations GmbH
Grimmaische Straße 25
04109 Leipzig

Mirja Eckhoff
Product Owner
mirja.eckhoff@pressrelations.de
pressrelations GmbH
Klosterstraße 112
40211 Düsseldorf

pressrelations.com