

Ina Borckmann



Faktencheck reicht nicht

Faktenchecks im öffentlich-rechtlichen TV und diversen Leitmedien gelten als wichtige Waffe gegen Desinformation. Sie stellen Behauptungen richtig, prüfen Zahlen und ordnen Aussagen ein. Doch in der Praxis stoßen sie oft an Grenzen. Der Grund ist einfach: Falschinformationen wirken selten nur über ihren Wahrheitsgehalt. Sie greifen tiefer. Sie bedienen Emotionen, Identitäten, Unsicherheiten und Weltbilder. Genau deshalb reicht es nicht aus, eine falsche Aussage einfach nur mit den richtigen Fakten zu widerlegen.

Fakten sprechen vor allem die rationale Ebene an: wahr oder falsch, belegt oder unbelegt, korrekt oder irreführend. Narrative funktionieren anders. Sie erzählen eine Geschichte, machen komplexe Entwicklungen scheinbar verständlich und geben diffusen Ängsten eine Form.

Damit erfüllen sie ein (Grund-)Bedürfnis, das reine Fakten zumeist nicht bedienen: Sie stiften Sinn.

Warum Narrative so wirksam sind

Narrative ordnen einzelne, oft widersprüchliche Informationen zu einem Gesamtbild. Das macht sie anschlussfähig und leicht merkbar. Menschen nehmen solche Geschichten nicht nur als Information wahr, sondern als Deutung der Welt. Alles, was in dieses Deutungsmuster passt, wird aufgenommen. Alles, was nicht passt, wird eher ausgeblendet oder umgedeutet.

Wenn z.B. Kriege oder Unwetter als Wille Gottes erscheinen, werden sie zwar nicht angenehmer. Aber sie werden akzeptabler, weil mit einem Sinn verbunden. Und man kann sein Handeln an diesen Sinn ausrichten: Dem Gottes-Krieger erscheint der Krieg als Weg zum Paradies, dem Gläubigen sein frommes Handeln als Schutz vor den Unabwägbarkeiten der Natur.

Hinzu kommt die emotionale Wirkung. Informationen, die starke Gefühle auslösen, bleiben meist besser im Gedächtnis als nüchterne Zahlen oder differenzierte Erklärungen. Eine Botschaft, die sich „richtig anfühlt“, wird oft auch dann geglaubt, wenn sie sachlich falsch ist. In solchen Fällen zählt nicht zuerst der Beweis, sondern die emotionale Plausibilität.

Ein weiterer Faktor ist die Reaktion auf Widerspruch. Wer tief von einer Überzeugung geprägt ist, erlebt korrigierende Fakten nicht selten als Angriff. Statt die eigene Sicht zu ändern, wird die ursprüngliche Haltung dann sogar noch stärker verteidigt. Der Faktencheck wird nicht als Hilfe, sondern als Bedrohung wahrgenommen.

Auch Wiederholung spielt eine große Rolle. Was ständig gehört oder geteilt wird, wirkt vertraut. Und was vertraut ist, erscheint vielen Menschen glaubwürdiger. Narrative verbreiten sich deshalb oft schneller als komplexe Korrekturen. Besonders stark werden sie dort, wo persönliche Erfahrung fehlt und Unsicherheit herrscht. In solchen Lücken wächst die Macht der Erzählung.

Nicht zuletzt ist da die Frage der Zugehörigkeit. Wer einen Faktencheck akzeptiert, stellt unter Umständen auch die eigene Gruppe, das eigene Umfeld oder das eigene Selbstbild infrage. Dann geht es nicht mehr nur um eine Sache, sondern um Identität. Genau an dieser Stelle werden Faktenchecks besonders schwer.

Warum reine Korrekturen oft scheitern

Die klassische Gegenreaktion auf Desinformation lautet: richtigstellen, widerlegen, aufklären. Das ist wichtig, aber oft nicht genug. Wer nur die falsche Information korrigiert, beantwortet nicht die eigentliche Frage dahinter: Warum ist diese Erzählung überhaupt so überzeugend?

Deshalb sollten Faktenchecks nicht nur widerlegen, sondern auch die emotionale Logik einer Behauptung verstehen. Erfolgreiche Gegenstrategien arbeiten nicht ausschließlich mit Daten, sondern mit Vertrauen, Bedeutung und Resonanz. Sie setzen auf Gegennarrative, die nicht bloß „gegen etwas“ sind, sondern ein positives Bild anbieten.

Was im Alltag hilft

Eine bewährte Methode ist das sogenannte *Truth Sandwich*. Dabei beginnt man mit der Wahrheit, nennt die Falschinformation nur kurz und kehrt dann wieder zur korrekten Aussage zurück. So bleibt die richtige Information stärker im Gedächtnis als die falsche Behauptung. Gleichzeitig wird vermieden, die Lüge durch zu viel Wiederholung unbeabsichtigt aufzuwerten.

Wichtig ist auch die *emotionale Ansprache*. Reine Sachlichkeit wirkt bei stark aufgeladenen Themen oft zu kühl. Humor, Ironie oder Satire können helfen, die Absurdität einer Erzählung sichtbar zu machen, ohne die Konfrontation zu verschärfen. Ebenso wichtig ist es, positive Werte zu betonen: Zusammenhalt, Fairness, Verantwortung oder Fortschritt. Menschen lassen sich eher für eine konstruktive Erzählung gewinnen als allein durch Widerspruch.

Im beruflichen Umfeld kommt ein weiterer Punkt hinzu: *Vertrauen*. Wer frühzeitig und transparent kommuniziert, verhindert, dass sich Gerüchte überhaupt festsetzen. Klare Informationen, verlässliche Ansprechpartner und gut vorbereitete Multiplikatoren können helfen, Unsicherheiten schnell zu reduzieren. Ebenso wichtig sind Räume, in denen Fragen gestellt werden dürfen, ohne dass sofort abgewertet wird. Oft beginnt die Lösung nicht mit einer Gegenrede, sondern mit echtem Zuhören.

Desinformation vorbeugen statt nur reagieren

Besonders wirksam erscheint mir, Manipulationsmuster schon im Vorfeld sichtbar zu machen. Dieses sogenannte *Prebunking* bereitet Menschen darauf vor, typische Tricks zu erkennen: Angst erzeugen, Scheinargumente verwenden, Personen angreifen, statt Inhalte zu prüfen oder einfache Schuldige präsentieren.

Wer diese Muster kennt, ist weniger anfällig für spätere Täuschung.

Im privaten Gespräch kann es helfen, nicht sofort zu widersprechen, sondern erst nach der Quelle oder dem Auslöser der Aussage zu fragen. Häufig steckt hinter einer Behauptung nicht nur ein Irrtum, sondern auch Sorge, Unsicherheit oder Überforderung. Wer das ernst nimmt, öffnet eher einen Raum, in dem Fakten überhaupt erst angenommen werden können.

Gegen gute Desinformation hilft nicht nur die bessere Zahl. Helfen muss auch die bessere Geschichte.

Hilfreich ist es dagegen nicht, wenn Faktenchecks selbst die Fakten manipulieren – was das bei der ARD vorgekommen sein soll.¹

Eure Ina Borckmann



¹ Sehr schön beschrieben in dem informativen Buch von Alexander Teske: *inside tagesschau: Zwischen Nachrichten und Meinungsmache*.