



Handlungsempfehlungen für
Wildtierbeauftragte und Netzwerkpersonen

Umgang mit Fake-News:

Fokus Wolf

Sehr geehrte Damen und Herren, liebe Wildtierbeauftragten und Netzwerkpersonen,




Jede und Jeder von uns hat das tiefliegende menschliche Bedürfnis, zu erfahren was in der Welt vor sich geht. Neben dem Lesen von Printmedien und dem direkten Austausch mit anderen, suchen viele Menschen aktuelle Informationen auch in den Sozialen Medien. Häufig werden hier jedoch Falschmeldungen (engl. „Fake-News“) angezeigt, die schwer von korrekten Nachrichten aus seriösen Quellen zu unterscheiden sind und verzerrte Meinungen erzeugen können. Diese Nachrichten beruhen entweder auf falschen Tatsachen oder werden losgelöst von der Quelle oder dem Kontext verbreitet. Der Wolf, der schon vor der Verbreitung des Internets als Projektionsfläche für emotionale Debatten und Wertekonflikte benutzt wurde, ist ebenfalls Thema vieler Falschnachrichten.

Wir möchten Sie mit diesem Dokument darin unterstützen, Falschmeldungen in Zukunft schneller zu erkennen. Die Inhalte bieten Ihnen einen Überblick über die psychologische Forschung im Bereich Fake-News und geben praktische Tipps für die Beurteilung und den Umgang mit falschen Nachrichten. Unser Anliegen ist es, neutrale und sachliche Informationen bereitzustellen, um eine realitätsnahe Einschätzung zu erleichtern.

Die hier vorliegenden Informationen und Handlungsempfehlungen richten sich vor allem an Wildtierbeauftragte und Netzwerkpersonen, an die häufig Medien mit Wolfsbezug weitergeleitet werden. Hier bieten wir Unterstützung für eine adäquate und schnelle fachliche Einschätzung. Aber auch alle weiteren Interessierten sind zum Lesen eingeladen.

Damit Sie sich schnell im Dokument orientieren können, haben wir uns verschiedener Symbole bedient sowie die wichtigsten Informationen zu Beginn zusammengefasst. Die folgenden Inhalte beziehen sich nicht nur auf den Wolf, sondern können auch als Handreichung für andere Wildtierarten sowie den generellen Umgang mit Falschnachrichten genutzt werden. Außerdem finden Sie zahlreiche Links zu Internetseiten und Dokumenten, bei denen Sie ausführlichere Informationen erhalten können. Eine vollständige Literaturangabe finden Sie am Ende des Dokumentes.

Legende

	Link	Hier finden Sie einen Link zu einer externen Website, die Ihnen weitere Informationen zu einem Thema bietet.
	Handlungsempfehlung	An dieser Stelle empfehlen wir Ihnen, wie Sie in einem speziellen Falle handeln können.
	Erklärung	Bei diesem Symbol finden Sie erklärende oder zusammenfassende Informationen.

Inhalt

In Kürze.....	4
Was sind Fake-News?	5
Wie funktionieren Fake-News? Der psychologische Unterbau.....	6
Wie können Sie Fake-News erkennen? Werkzeuge und Handlungsempfehlungen.....	7
Drei Schritte zur Überprüfung von Nachrichten:.....	7
1. Warum? Entwickeln Sie eine kritische Denkweise.....	7
2. Wer? Prüfen Sie die Quelle	8
3. Wann und Wo? Prüfen Sie den Kontext.....	8
Was wirkt gegen Fake-News?	9
Sie haben eine wichtige Rolle bei der Entmachtung von Falschnachrichten!.....	9
Tipp für die Pressearbeit: Lokalredaktionen einbinden.....	10
Websites mit neutralen und sachlichen Informationen zum Wolf	11
Informationen für Baden-Württemberg	11
Bundesweite Informationen.....	11
Websites mit neutralen und sachlichen Informationen zu Fake-News.....	11
Literaturangaben	12

Handlungsempfehlungen für Fake-News

In Kürze



Allgemein zu Fake-News

- Fake-News sind Nachrichten, die auf unwahren Tatsachen / auf Teilwahrheiten beruhen und vor allem in Social Media verbreitet werden, jedoch auch gelegentlich in Printmedien auftauchen.
- Sie wurden entweder aus Unwissen erstellt / verbreitet oder mit der Absicht, Meinungen in eine gewünschte Richtung zu beeinflussen.
- Fake-News haben einen verstärkenden Effekt auf eine bereits vorhandene Meinung, können jedoch auch Menschen beeinflussen, die eine gegenläufige Meinung haben.



Identifikation von Fake-News

Kurz innehalten und reflektieren!

- Kritischer Blick: Wer, Wo, Was, Wie, Warum? Absender, Quellenangabe, Datum, Aufnahmeort prüfen
- Lassen Sie die Nachricht durch einen „Faktenchecker“ prüfen, oder geben Sie es in eine Suchmaschine ein.
- In welcher Absicht könnten *Sie* diese Nachricht / dieses Bild erhalten haben?
- Warum möchte *ich* vielleicht diese Nachricht weiterverbreiten? Möchte ich Aufmerksamkeit erregen, andere von meiner Meinung überzeugen, mein Netzwerk informieren?

Umgang in Bezug auf Medien mit dem Thema Wolf:

Sensiblen Blick bewahren!

- Schicken Sie ein Foto / Video mit Hinweis auf Wolf *zuerst* zur Prüfung an die FVA, bevor Sie es in Ihren Netzwerken teilen (Presse.FVA-BW@forst.bwl.de). Nutzen Sie den [Bildabgleich](#) von Google, um zu prüfen, von wem und in welchem Kontext ein Bild eventuell bereits verwendet wurde.
- Bei Fotos nach Datum und Aufnahmeort schauen. Wer hat die Kamera gehalten, wie kann man sich den Hergang vorstellen?
- Überlassen Sie eine Reaktion in Sozialen Medien der FVA oder dem Umweltministerium, nehmen Sie Kontakt mit den jeweiligen Pressestellen auf.
- Wenn Sie Einzelpersonen antworten, belegen Sie Ihre Antwort mit seriösen Quellen.
- Sofern Sie den Bildautor oder andere Informationen nicht kennen, geben Sie auch das wahrheitsgemäß an.
- Versuchen Sie, im Falle einer Falschnachricht empathisch auf die Emotionen des Absenders einzugehen und Meldern von Fake-News mit Verständnis, auf Augenhöhe zu begegnen. Informieren Sie und fragen Sie neutral nach.
- Achten Sie auf eine fachliche, neutrale Sprache.
- Bei der Veröffentlichung von (eigenem) Material: eindeutige Informationen bereitstellen
- Guter Kontakt zu Medienvertretern kann zu einem wirklichkeitsnahen Bild des Wolfes beitragen: Kontakt suchen, wissenschaftsbasierte Informationen bereitstellen und so gemeinsam gegen Fake-News vorgehen.
- Sie können (je nach Kapazitäten und Erfolgsaussichten) selber entscheiden: reagieren Sie direkt auf die Nachricht oder „kontern“ Sie lieber mit Fachinformationen auf eigenen Plattformen?

Was sind Fake-News?

Einerseits sind Fake-News unwahre Nachrichten, die in der Absicht erstellt und verbreitet werden, die Öffentlichkeit zu manipulieren. So soll ein ideologischer oder finanzieller Gewinn erreicht werden (Pennycook et al., 2018). Andererseits kann es auch sein, dass Fake-News aus Unwissenheit erstellt werden, indem beispielsweise versehentlich auf unseriöse Quellen zurückgegriffen wird.

Diese Falschmeldungen können dann sogar durch legitime Quellen verbreitet werden. Professionell arbeitende Journalisten besitzen jedoch häufig eine hohe Medienkompetenz und prüfen Quellen gründlicher, da das Verbreiten von Fake-News ihrem Ruf schaden würde. Fake-News kursieren daher hauptsächlich in den Sozialen Medien, die aktuell von immer mehr Menschen als hauptsächliche Informations- und Kommunikationsquellen genutzt werden (Hölig & Hasebrink, 2018). Hier taucht eine Vielzahl von Falschnachrichten in Chatgruppen, Social Media-Feeds und Anzeigen auf. Die Natur Sozialer Medien erlaubt eine schnelle Verbreitung dieser Nachrichten und so werden Nachrichten und Bilder hier, im Vergleich zu analogen Medien, bis zu sechsmal schneller verbreitet (Pew Research Center, 2015).

Durch ihre gute Tarnung und ihre Schnelligkeit haben Fake-News einen starken Einfluss auf die öffentliche Meinung und erregen große Aufmerksamkeit im gesellschaftlichen Diskurs der letzten Jahre. Sie haben die Wirkung, politische Meinungen der Gesellschaft zu verfälschen und besitzen somit auch eine Bedeutung für das Funktionieren unserer Demokratie. Auch im Zusammenhang mit dem Wolf und dem damit verbundenen gesellschaftlichen Diskurs geht es darum, diesen Einfluss zu minimieren und eine freie und ungehinderte Meinungsbildung zu ermöglichen, gleichzeitig aber eine Sachlichkeit zu gewährleisten (Müller & Denner, 2019).

Laut „First Draft“ (Urbani, 2020) gibt es unterschiedliche Arten von Fake-News:

- „Falsche Verknüpfung“: der Titel, Untertitel, die Bilder oder die Schlagwörter entsprechen nicht dem Inhalt
- „Falscher Kontext“: der ursprüngliche Kontext wird mit falschen Kontextinformationen weiterverbreitet
- „Manipulierter Inhalt“: die ursprüngliche Information / das Bild wird verändert, um zu manipulieren
- Satire oder Parodie: hat nicht die Intention, zu schaden, aber kann jemanden ins Lächerliche ziehen
- „Aufgedrängter Inhalt“: ursprüngliche Quellen werden mit anderen Quellenangaben verbreitet
- „Inszenierter Inhalt“: Inhalt ist komplett falsch, mit der Absicht zu täuschen oder zu schaden
- „Ausgewählter Inhalt“: nur bestimmte Informationen einer (ursprünglich wahren) Nachricht werden weiterverbreitet, restliche Informationen werden übergangen („Rosinenpicken“)



Wie funktionieren Fake-News? Der psychologische Unterbau.

Wer Fake-News verstehen will, sollte zunächst die Informationsverarbeitung von Menschen betrachten: wir alle müssen die Vorgänge in unserer Umgebung verstehen und einordnen können, um zu überleben. Die eigene Wahrnehmung durchläuft daher viele unbewusste Filter, sodass Menschen nicht ständig mit der Fülle an Informationen in der Umgebung überfordert sind. Neue Informationen - wie beispielsweise Nachrichten - werden somit in ihrer Komplexität reduziert, sodass sie in Kategorien eingeordnet werden können: gut oder schlecht, falsch oder richtig, und so weiter (Ansorge & Leder, 2011). Durch diesen Prozess werden auch Nachrichten, die bereits zum Weltbild eines Menschen passen, viel eher wahrgenommen, da es viel aufwendiger wäre, der Meinung entgegenstehende Informationen zu analysieren und einzuordnen. Nicht ins Weltbild passende Inhalte werden somit ausgeblendet und bleiben auch im Nachhinein viel schwächer in Erinnerung (Eagly & Chaiken, 2005).

Fake-News haben also vor allem einen verstärkenden Effekt auf eine bereits vorhandene, bestimmte Meinung. Aber sogar, wenn Mediennutzer noch keine feste Meinung zum Thema der Nachricht haben, können sie durch bestimmte kognitive Wirkmechanismen zu einer Übernahme der in der Nachricht übermittelten Meinung bewegt werden - wie beispielsweise beim sogenannten „Wahrheits-Effekt“ (Henkel, 2010). Dieser Effekt beschreibt, dass allein schon eine wiederholte Präsentation einer Meldung dazu führen kann, dass ihr Wahrheitsgehalt als höher eingeschätzt wird - weil sie einem bereits bekannt vorkommt (Pennycook et al., 2018).

Ebenfalls hat es einen Einfluss, wenn ein Nutzer, den man persönlich kennt und vertraut, mit der Nachricht interagiert hat (Sterret et al., 2018). Hier ist bereits ein Vertrauensvorschuss vorhanden und die Quelle wird weniger genau geprüft und viel eher als richtig wahrgenommen. Außerdem verblasst die Erinnerung an die Quelle der Nachricht mit der Zeit, sodass nur noch der Inhalt der Nachricht („gut“ oder „schlecht“) im Gedächtnis bleibt.

Fake-News sind somit ein mächtiges und gefährliches Instrument zur Beeinflussung von Meinungen, da sie an fundamentale menschliche Verarbeitungsprozesse anschließen, die uns oft nicht bewusst sind.

Wie können Sie Fake-News erkennen? Werkzeuge und Handlungsempfehlungen



Um die Macht von Fake-News zu reduzieren, sollte man sie zunächst sicher erkennen können. Hierfür gibt es einige einfache Hilfsmittel, die wir Ihnen nun vorstellen. Diese sind angelehnt an den Leitfaden [„Lupus in Bufala: A practical handbook for accurate information“](#) (in Englisch), der zu den folgenden Empfehlungen auch noch anschauliche Beispiele liefert.

Drei Schritte zur Überprüfung von Nachrichten:

1. Warum? Entwickeln Sie eine kritische Denkweise
2. Wer? Prüfen Sie die Quelle
3. Wann und Wo? Prüfen Sie den Kontext

1. Warum? Entwickeln Sie eine kritische Denkweise

Falschnachrichten oder Verschwörungstheorien sind oft dort zu finden, wo man sie am wenigsten vermutet. Auch Personen, die nichts Böses im Sinn haben, können Falschnachrichten teilen. Dies liegt am menschlichen Bedürfnis, über Dinge zu erzählen, die andere noch nicht wissen. Sogar verlässliche Quellen können auf diese Verlockung hereinfliegen. Aber natürlich gibt es auch immer wieder Falschnachrichten, die offen mit dem Motiv erstellt und geteilt werden, Meinungen zu beeinflussen.

Diese Nachrichten wenden sich dann oft an Emotionen wie Angst oder Hass – welche häufig dazu beitragen, dass sich Nachrichten schneller verbreiten. Auch nutzen Sie die Unsicherheit einer Situation und locken mit scheinbar einfachen Antworten und eindeutigen Wahrheiten. Daher lohnt es sich, mit einer kritischen Einstellung an jede Nachricht heranzugehen und sich Zeit zu nehmen, um eine genaue Beurteilung vorzunehmen. Denken Sie immer an die potenziellen negativen Folgen, falls Sie unbedacht Falschnachrichten teilen sollten.

Suchen Sie daher immer nach mindestens zwei anderen verlässlichen Quellen, die die Nachricht bestätigen. Sollten Sie diese nicht finden, könnte es sich um eine Falschnachricht handeln. Alternativ können Sie die Nachricht auch durch einen „Faktenchecker“ prüfen lassen (siehe S.11). Lesen Sie auch immer den ganzen Artikel und nicht bloß die Überschrift.

Falls Sie auf eine Nachricht aufmerksam geworden sind, fragen Sie sich immer nach dem Grund: wenn eine Nachricht „zu gut“ oder „zu schlecht“ ist um wahr zu sein, könnte es mit einem bestimmten ideologischen Motiv geschrieben worden sein. Auch wenn Hauptargumente fehlen, sollten Sie wachsam werden. Der wahre Sachverhalt ist oft komplexer, als es Falschnachrichten suggerieren.

2. Wer? Prüfen Sie die Quelle

Prüfen Sie, woher der Inhalt kommt, wer ihn verbreitet hat und wer der Autor ist. Sie können zum Beispiel Suchmaschinen wie Google benutzen, um zu prüfen, woher die Überschrift oder der Inhalt kommen.



Kennen Sie schon die [Filteroptionen](#) von Google? Hiermit können Sie die Suche konkretisieren, indem zum Beispiel der genaue Titel und keine einzelnen Wörter gesucht werden. Auch Twitter und Facebook bieten diese Dienste an.

Schauen Sie sich die Quelle genau an – hat der Autor beispielsweise weitere Nachrichten veröffentlicht, die „reißerisch“ erscheinen? Auch kann ein Blick auf das Impressum einer Website offenlegen, dass der Autor oder die Website Teil eines Netzwerkes ist, das extremistische Meinungen oder Verschwörungstheorien veröffentlicht.

Versuchen Sie, die Nachricht einzuordnen – ist es eine Meinung, eine fachliche Information oder vielleicht eine Werbung? Welche Organisation steckt hinter einem einzelnen Autor? Eine erste Einschätzung kann schon vieles erleichtern.

3. Wann und Wo? Prüfen Sie den Kontext

Oft werden Geschichten um den Wolf mit Videos oder Bildern erzählt, um eine emotionale Reaktion hervorzurufen oder den Text zu unterstreichen. Auch wenn diese Medien echte Wölfe zeigen, können sie doch aus ihrem ursprünglichen Kontext entnommen worden sein und somit auf eine falsche Fährte führen. Daher ist es wichtig, Ort und Datum der enthaltenen Medien zu prüfen, um zu wissen ob diese verändert worden sind und überhaupt im Zusammenhang mit dem Inhalt der Nachricht stehen.

Häufig kann schon ein genauer Blick auf das Datum und den Ort Klarheit verschaffen. Manchmal macht eine Nachricht den Anschein, aktuell zu sein und erscheint als erstes Ergebnis bei Nachrichtenseiten oder Suchen – das Datum liegt nach einem genauen Blick jedoch schon einige Zeit in der Vergangenheit. Dasselbe kann mit Orts- und Datumsangaben von Medien geschehen, die bei genauem Hinsehen anders sind, als die Nachricht suggeriert.



Um zu überprüfen, ob eine Mediendatei in ihrem richtigen Kontext steht, können auch Online-Tools helfen. [Google Maps](#) oder Google Street View können Ihnen beispielsweise dabei helfen zu prüfen, welche bestimmten Merkmale und Details eine Örtlichkeit hat und ob diese zu denen des Fotos bzw. Videos passen. Auch kann [Wolfram Alpha](#) Ihnen Informationen über die Wetterbedingungen eines bestimmten Tages an einem bestimmten Ort liefern, die Sie dann mit denen auf dem Foto / Video abgleichen können.

Weiter kann es hilfreich sein, Metadaten einer Datei zu extrahieren und diese zu vergleichen. Diese enthalten im besten Falle Details zum Ort und Datum. Metadaten sind Informationen, die in ein Bild eingebettet sind: beispielsweise die verwendete Kamera, die Originalgröße oder der Zeitstempel. Online-Tools wie [ExifTool](#) und [Fotoforensics](#) können Ihnen dabei helfen. Ebenfalls kann die Technik der „Rückwärts-Bildersuche“ helfen. Suchmaschinen wie [Google Images](#) oder [TinEye](#) bieten diese Suche an. Hier wird nicht mittels Schlagwörtern nach bestimmten Bildern gesucht, sondern der Nutzer kann ein Bild oder einen Link zu einem Bild hochladen. Im Internet wird dann nach ähnlichen Bildern gesucht. So findet man entweder weitere Nachrichten, in denen das Medium zweckentfremdet wurde, oder die ursprüngliche Quelle.

Was wirkt gegen Fake-News?

Auch wenn wir nun um die psychologischen Wirkmechanismen wissen, kann uns dies noch nicht davor schützen, von Fake-News beeinflusst zu werden. Viel wissenschaftliche Forschung widmet sich daher der Frage, was gegen Fake-News wirkt. Fake-News lediglich als solche zu kennzeichnen, ist kein ausreichendes Instrument, wie beispielsweise Chan und Kollegen (2017) nachweisen. Es sollte daher verhindert werden, dass Menschen Fake-News überhaupt zu sehen bekommen. Dies ist aber schwer kontrollierbar, da sie sich sehr schnell ausbreiten und auch über Privatpersonen gestreut werden. Außerdem könnte das Löschen von Fake-News dazu führen, dass sich Personen die Informationen, die zu ihrem Weltbild passen, woanders suchen und damit in Netzwerke mit extremen Positionen abrutschen – daher sollte das Angebot an sachlichen, ausgewogenen Informationen stetig ausgebaut und verbreitet werden.



Sie haben eine wichtige Rolle bei der Entmachtung von Falschnachrichten!

Die oben vorgestellten Werkzeuge zum Faktencheck bieten daher eine wichtige Grundlage, damit Sie nicht selber auf Fake-News „hereinfallen“ und Sie das Weiterverbreiten so zumindest teilweise stoppen können. Nachdem Sie eine Falschnachricht als solche entlarvt haben, können Sie selber entscheiden, ob und wie Sie darauf reagieren wollen. Wenn in einer Meldung Ihre Arbeit kritisiert bzw. falsch dargestellt wird oder sie ihre Arbeit behindert, dann reagieren Sie nach persönlichem Ermessen. Manchmal ist eine Reaktion aber auch nicht sinnvoll und würde eventuell sogar mehr Aufmerksamkeit auf die Nachricht oder die Person ziehen, die sie erstellt / verbreitet hat. Letztendlich können Sie entscheiden und sollten dafür bedenken, wie gut Sie die Quelle und das Netzwerk kennen oder wie viel Kapazitäten Sie momentan besitzen.



Sensibel und empathisch auf Personen eingehen

Wenn Sie sich für eine direkte Reaktion entscheiden, sollte dies sensibel geschehen. Wenn die Person offen für eine Zusammenarbeit ist, können Sie zum Beispiel gemeinsam mit ihr ergründen, warum es sich in einem bestimmten Fall um eine Falschnachricht handelt. Dabei sollten die falschen Nachrichten nicht aus einer Position der Überlegenheit heraus korrigiert werden, da dies zum sogenannten „Backfire-Effekt“ führen kann (Müller & Denner, 2017): durch eine überhebliche Reaktion auf die Meldung von Fake-News wird sich die betroffene Person in der eigenen Position angegriffen fühlen und erst recht die Falschnachricht glauben wollen. Dies geht zulasten des Vertrauens. Sie sollten die betroffenen Personen vielmehr in ihren Sorgen ernst nehmen: das heißt, empathisch auf sie eingehen und sie nicht für ihre Unsicherheit verurteilen. Oft kann durch neutrale Fragen auch die Reflektion der Anrufenden angeregt werden und dadurch können sie selber den Wahrheitsgehalt der Nachrichten beurteilen.



Klare Angaben, wenn Sie eigenes Material veröffentlichen

Neben der Erkennung von Falschnachrichten und der Vorsicht bei der Weiterverbreitung von Medien ist es ebenso wichtig, dass bei der Veröffentlichung von eigenem Material auf eine klare Kommunikation geachtet wird. Vor allem gut vernetzte Personen oder Personen des öffentlichen Lebens, wie die Wildtierbeauftragten in Baden-Württemberg, haben hier einen starken Einfluss und eine große Reichweite. Wenn Sie mit einer guten Medienkompetenz ausgestattet sind, ist es sicher sinnvoll, dass Sie Videos, Bilder und Gerüchte kommunizieren und einen guten Überblick über diese Medien haben. Es ist hierbei wichtig, den Inhalt im entsprechenden Kontext sachlich und fachlich kommentieren zu können und dabei auf eine unaufgeregte, neutrale Sprache zu

achten. Die genauen Umstände gezeigter Szenen sind wichtig, um Situationen auch korrekt zu interpretieren. Daher sollte der Kontext, in dem ein Bild entstanden ist und der gezeigte Inhalt klar und verständlich dargestellt werden, am besten durch eine entsprechende Bildunterschrift oder einen Begleittext. Weiterhin ist es bedeutend, Aussagen über die Quelle zu treffen, um einer weiteren Verbreitung von Falschinformationen entgegen zu wirken.



Tipp für die Pressearbeit: Lokalredaktionen einbinden

Maßnahmen und Aktivitäten vor allem in der Öffentlichkeitsarbeit zu emotional belegten und konfliktbehafteten Tierarten wie dem Wolf sollten darauf abzielen, auch traditionelle Medien zum Wissenstransfer zu nutzen. Tages- und Wochenzeitungen und vor allem deren regionale Redaktionen genießen ein in vielen Studien bestätigtes Grundvertrauen (PwC-Studie Vertrauen in Medien, 2018), das beim Informationstransfer zum Wolf gezielt eingesetzt werden kann. Örtliche Redaktionen sind bekannt und sichtbar, daher wird deren Glaubwürdigkeit vom Leser deutlich gestärkt. Hier sollten vor allem wissenschaftsbasierte Informationen und positive Beispiele bereitgestellt werden, um den Lesenden ausgewogene Informationen zu bieten (Arbieu et al., 2019).

Der persönliche Kontakt zu Lokalredaktionen kann darüber hinaus einen Beitrag zu einer dauerhaft sachlichen und unaufgeregten Berichterstattung leisten. Lokalredaktionen sind allerdings einem hohen Zeitdruck unterworfen und Redakteurinnen bearbeiten die unterschiedlichsten Themen, von Schwimmbadsanierung bis zum 90. Geburtstag. Hier werden Fehlinformationen bzw. Flüchtigkeitsfehler quasi in Kauf genommen, da Redaktionen sich nicht umfassend in Themenbereiche einarbeiten können. Hier ist es förderlich, einen guten persönlichen Kontakt zu halten und auf Fehler hinzuweisen. Klassische Falschmeldungen werden dann in der Regel schnell korrigiert, sobald sie erkannt werden (Müller & Denner, 2017).



Websites mit neutralen und sachlichen Informationen zum Wolf

Informationen für Baden-Württemberg

www.um.baden-wuerttemberg.de/wolf: Internetseite des Ministeriums für Umwelt, Klima und Energiewirtschaft zum Thema Wolf

www.fva-bw.de/wolf: Homepage des Arbeitsbereichs Luchs und Wolf der Forstlichen Versuchs- und Forschungsanstalt Baden-Württemberg

Bundesweite Informationen

[DBBW](#) (Dokumentations- und Beratungsstelle des Bundes zum Thema Wolf): stellt alle bundesweit erhobenen Daten zum Vorkommen von Wölfen zur Verfügung und gibt Informationen zu den mit dem Wolf verbundenen Konflikten

[BfN](#) (Bundesamt für Naturschutz): Behörde des Bundes für den nationalen und internationalen Naturschutz, fachliche und wissenschaftliche Beratung des Bundesumweltministeriums in allen Fragen des Naturschutzes und der Landschaftspflege sowie der internationalen Zusammenarbeit

[Senckenberg](#) (Gesellschaft für Naturforschung): Nationales Referenzzentrum für genetische Untersuchungen bei Luchs und Wolf

Websites mit neutralen und sachlichen Informationen zu Fake-News

Faktenchecker nutzen: zum Beispiel von [Correctiv](#) oder der [Deutschen Welle \(DW\)](#). Auch den [Bildabgleich](#) von Google können Sie verwenden, um zu prüfen, von wem und in welchem Kontext ein Bild eventuell bereits verwendet wurde.

[Wissenschaftskommunikation.de](#): gemeinsames Portal von Universitäten und wissenschaftlichen Vereinigungen. Auf der Website findet sich auch eine umfassende Sammlung an [Dokumenten](#) zum Umgang mit Fake-News.

[Der Newstest](#): Online-Tool der Stiftung Neue Verantwortung zur Schulung im Umgang mit Fake-News. Nicht nur für Jugendliche eine interessante Weiterbildungsmöglichkeit.

Auch gibt es verschiedene offizielle Websites, die Informationen zum Umgang mit Desinformationen anbieten, beispielsweise von der [Bundesregierung](#) oder der [Deutschen Welle](#).



Literaturangaben

- Ansorge, U., & Leder, H. (2011). Wahrnehmung und Aufmerksamkeit. In *Wahrnehmung und Aufmerksamkeit* (pp. 9-25). VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Arbieu, U., Mehring, M., Bunnefeld, N., Kaczensky, P., Reinhardt, I., Ansorge, H. & Müller, T. (2019). Attitudes towards returning wolves (*Canis lupus*) in Germany: Exposure, information sources and trust matter. *Biological Conservation*, 234, 202-210.
- Barthel, M., Mitchell, A. & Holcomb, J. (2016). Many Americans Believe Fake News Is Sowing Confusion. Washington, DC: Pew Research Center. Abgerufen am 15.02.2021 von <https://www.journalism.org/2016/12/15/many-americans-believe-fake-news-is-sowing-confusion/>
- Chan, M. P. S., Jones, C. R., Hall Jamieson, K., & Albarracín, D. (2017). Debunking: A meta-analysis of the psychological efficacy of messages countering misinformation. *Psychological science*, 28(11), 1531-1546.
- Cullmann, L. (2019). Rückmeldung der Mitarbeitenden aus der Abteilung Wald und Gesellschaft zur Vermittlung wissenschaftlicher Erkenntnisse. FVA Intern.
- Eagly, A. H., & Chaiken, S. (2005). *Attitude Research in the 21st Century: The Current State of Knowledge*. In D. Albarracín, B. T. Johnson, & M. P. Zanna (Eds.), *The handbook of attitudes* (p. 743–767). Lawrence Erlbaum Associates Publishers.
- Urbani, S. (2020). Verifying Online Information. First Draft, abgerufen am 07.09.2022 von [Verifying Online Information Print_AW.pdf \(firstdraftnews.org\)](https://www.firstdraftnews.org/Verifying-Online-Information-Print-AW.pdf)
- Hölig, S., & Hasebrink, U. (2018). Reuters Institute Digital News Report 2018. *Ergebnisse für Deutschland. Arbeitspapiere des Hans-Bredow-Instituts*, (44).
- Henkel, L. A., & Mattson, M. E. (2011). Reading is believing: The truth effect and source credibility. *Consciousness and cognition*, 20(4), 1705-1721.
- Vagnozzi, C., Bobbio, S., Bombieri, G., Borgna, I., Fedrigotti, C., Scillitani, L. (2021). Lupus in Bufala. A practical handbook for accurate information. LIFE Wolfsalps EU
- Müller, P., & Denner, N. (2017). Was tun gegen „Fake News“? Eine Analyse anhand der Entstehungsbedingungen und Wirkweisen gezielter Falschmeldungen im Internet. Kurzgutachten im Auftrag der Friedrich-Naumann-Stiftung für die Freiheit.
- Pennycook, G., Cannon, T. D., & Rand, D. G. (2018). Prior exposure increases perceived accuracy of fake news. *Journal of experimental psychology: general*.
- Sterret, D., Malato, D., Benz, J., Kantor, L., Tompson, T., Rosenstiel, T. & Swanson, E. (2018). Who shared it?: How Americans decide what news to trust on social media.

Kontakt

Forstliche Versuchs- und Forschungsanstalt Baden-Württemberg
FVA-Wildtierinstitut
Arbeitsbereich Luchs und Wolf
Johanna Fritz und Julia Bouwer

Wonnhaldestr. 4, 79100 Freiburg i. Br.
Tel.: (0761) 4018 – 274
info@wildtiermonitoring.de

www.fva-bw.de/abteilungen/wildtierinstitut/luchs-wolf