

Projektzusammenfassung

Problem

Man weiß nicht, was sich schneller ausbreitet: Das Coronavirus, oder die Flut an Gerüchten und falschen Informationen darüber. Insbesondere über Messenger-Dienste haben sich in den vergangenen Tagen zahlreiche Fake News wie Lauffeuer verbreitet – sei es über Ibuprofen, Öffnungszeiten der Supermärkte oder vermeintliche Tipps, die Heilung von Covid-19 versprechen. Viele dieser Falschinformationen werden über Kettenbriefe verbreitet und stammen von angeblichen Experten. Das wirkt wissenschaftlich, ist es aber nicht, und wirkt deshalb im Ergebnis – gar nicht. Diese Falschmeldungen haben direkte Konsequenzen im Alltag und in der Gesellschaft: Die Angst steigt und Menschen geraten in Panik. Es werden Feindbilder beschworen und irrationale Handlungen gerechtfertigt. Wissenschaftler:innen und Expert:innen wird das Vertrauen entzogen und Verschwörungstheorien florieren. Es kommt zu Hamsterkäufen, irrationalen Entscheidungen und einem wachsenden Misstrauen. Im schlimmsten Fall werden tatsächliche Infektionen falsch behandelt oder überhaupt erst möglich gemacht. Einige Politiker denken über neue Gesetze nach, um das Problem einzudämmen. Doch Gesetze, welche die Meinungsfreiheit möglicherweise einschränken, lösen das Problem nicht und sind rechtsstaatlich problematisch. Andere fordern die Betreiber sozialer Netzwerke auf, mehr gegen Falschmeldungen zu unternehmen. Jedoch bereits in der Vergangenheit zeigte sich, wie schwer sich da mit Fake News getan wird. Was es jetzt bedarf, ist eine zertifizierte und pro-aktive Informationsvermittlung an User:innen.

Herausforderung

Wie könnte ein Tool/Funktion/Plattform aussehen, welches Denkanstöße zur Validierung des eigenen Denken und Handelns für die Nutzer:innen von Medien aller Art liefert.
Fragestellung: Denke ich schon wieder zu schnell? Ziehe ich voreilige Schlüsse? Kann ich dieser Quelle vertrauen?

Lösungsansatz

Unabhängige Medien versuchen über Gerüchte und falsche Informationen aufzuklären - so beispielsweise der ARD-faktenfinder der tagesschau, der BR-faktenfuchs, die "Süddeutsche Zeitung", "Mimikama", die dpa, "Correctiv", "Der Spiegel", "t-online" und viele weitere. Solche Faktenchecks können zwar nicht alle Falschmeldungen einfach aus der Welt schaffen, aber darüber aufklären, wie man solche erkennen kann. Dennoch fehlt es an Überblick über die tatsächlichen Tricks und Methoden, denen sich Fake News Autoren bedienen, wie z.B. Framing, Biases, etc.

Wir wollen eine Informationsanlaufstelle zzgl. Kampagnenfunktion etablieren, die in Form von einfach verständlichen Beispielen die Welt von Framing und Biases verdeutlicht und der Nutzer angelernt werden, nicht auf zu populistische Sprache reinzufallen, Fallstricke im schnellen Denken zu erkennen und natürlich konträre Meinungen einzuholen. Wir folgen damit ganz dem Leitspruch der Aufklärung "**Sapere Aude**": Durch Aufklärung Nutzer:innen

zum Selberdenken motivieren und Mut vermitteln, sich seines eigenen Verstandes auch in Krisenzeiten zu bedienen.

Betroffene Gruppe

Betroffen sind alle Nutzer:innen von sozialen Netzwerken, Messenger-Diensten und Informationsangeboten generell. Wobei soziale Netzwerke und Messenger-Dienste die Bereiche sind, die am empfänglichsten für Falschmeldungen sind, und in denen sie sich am raschesten verbreiten. Eine Lösung kann sowohl den Nutzer:innen helfen, als auch generell der Gesellschaft, wenn Falschmeldungen dadurch minimiert werden können.

Allg. Konzeptentwicklung

Ziel

Aus unserer Mission (bspw. angelehnt an Google: "Organize the world's information"):

"Zum rationalen Denken ermutigen" (noch zu diskutieren)

leiten sich die folgenden Ziele ab:

Entwicklung und Design eines "Faktencheck-Workflows" (ggf. besser. "Überprüf dein Denken-Workflow") (interaktiv oder statisch - tbd) unter Einbezug von häufig auftretenden Heuristiken und Verzerrungen (Bias) für Nutzer:innen von Medienangeboten aller Art. Aus aktuellem Anlass mit dem Schwerpunkt "Coronavirus".

-> embedded, interactive Tool

Ergänzend: Aufbau einer Website zur Vorstellung, Erklärung und einem Erkennungstest (Nutzer:innen-Test) von Heuristiken und Verzerrungen

Unterziel:

- Wissen prägnant und interessant vermitteln (es gibt bereits eine ganze Reihe von Seiten, die sich mit dem Thema beschäftigen, wir sollten uns durch das Design und die kurzen Inhalte abgrenzen) → Interne Zielsetzung: Nutzer:innen werden bereits innerhalb weniger Minuten (<10) auf Probleme des Denkens hingewiesen und können das Gelernte universell anwenden

Recherche & Quellen zum Thema Framing, Bias und Co. - sowie die aktuelle Lage zu Fake News

Bitte hier Links zu Websites, Artikel, Dokumenten o.ä. verlinken

<https://www.visualcapitalist.com/50-cognitive-biases-in-the-modern-world/>

- Medienvertrauen:
<https://medienvertrauen.uni-mainz.de/forschungsergebnisse-der-welle-2019/>
- <https://www.pwc.de/de/technologie-medien-und-telekommunikation/studie-vertrauen-in-medien.html#welchen-medien-vertrauen-die-deutschen>
- [Tversky & Kahnemann, 1974: Judgement under uncertainty](#)
- [Thaler & Sunstein, 2008: Nudge](#)
- Facebook übernimmt deutliche Schlüsselfunktion in der Verbreitung von FakeNews (https://www.nature.com/articles/s41562-020-0833-x?utm_medium=affiliate&utm_source=commission_junction&utm_campaign=3_nsn6445_deeplink_PID2190813&utm_content=deeplink, Studie: Exposure to untrustworthy websites in the 2016 election, Guess, Nyhan, Bredan, 2020)
- Durchschn. Alter der Facebook-Nutzer:



- Dort kommunizieren wir grundsätzlich mit älteren
- Studie Roland Berger Consultig, Demokratie und Desinformation, 27.02.2020:

<https://www.rolandberger.com/en/Publications/Fake-News-Democracy-and-Disinformation.html>

- 3 Themenbereiche, die relevant sind: Filterblase, Fakenews und Manipulation, die nur zusammengehörend betrachtet werden sollten
- 60% der Westeuropäer nutzen Facebook als liebstes Medium, trotz Skandale wie Cambridge Analytica, Datenleaks..)
- Jüngere nutzen bevorzugt Instagram: jeder vierte der zw. 18-24 Jährigen nutzt Instagram als Informationsquelle
- 34% der Europäer nutzen Social Media als Nachrichtenquelle
- Confirmation Bias: Nutzer scrollen ohne große Aufmerksamkeit und erhöht die Anfälligkeit für kognitive Verzerrung > wahr ist nicht, was Fakten entspricht, sondern was mit der eigenen Weltanschauung übereinstimmt
- Ältere Nutzer sind empfänglicher für Fake-News und weisen höhere Bereitschaft zum Teilen von Inhalten auf
- Das Bewusstsein vom User als Konsument und gleichzeitig Urheber ist nicht vorhanden, hier liegt ein weiterer Faktor
- Engagement/ Interaktionsrate ist entscheidend für Viralität
- Aktualität lässt Fakenews wahr erscheinen (werden in der Regel mehr geklickt bzw interagiert und erscheinen so hoch im feed & werden schnell halbautomatisiert produziert, es ist möglich in Sekunden durch Fakes auf Kontexte zu reagieren)
- Fehlende Regulierungen von politischer Werbung bzw. es gibt Transparenz-Bibliotheken, aber das ist dem durchschnittlichen Nutzer nicht bekannt/ zu tief
- Fehlendes Bewusstsein für Filterkategorien der Algorithmen
- Empfehlungen der Studie:
 - Bewusstsein schärfen: Beispiel aus Finnland. Dort ist es gelungen, den Einfluss von Fake News durch eine umfassende Bildungsoffensive zurückzudrängen. „Die erste Verteidigungslinie sind die Erzieher im Kindergarten“, lautet das Credo in Finnland – nur eben nicht die letzte. Die Aufklärungskampagne richtet sich an alle Bürger des Landes. In Kursen lernen sie die wichtigsten Manipulationsmethoden im Internet kennen: wie Fake-Profile agieren, wie menschliche Emotionen ausgebeutet werden: <https://www.ndr.de/fernsehen/sendungen/weltbilder/Finnland-Unterrichtsfach-Fake-News.weltbilder7848.html>
- Forsa-Studie zu Fakenews und Medien: https://www.medienanstalt-nrw.de/fileadmin/user_upload/Ergebnisbericht_Fake_News.pdf
- **Leider:** viele Studien weisen darauf hin, dass Gegenaufklärung wenig Wirkung hat, da Medienkompetenz dennoch nicht vorhanden ist: <https://www.forschung-und-lehre.de/forschung/fake-news-sind-falsch-aber-bequem-2170/>
- **Konstruktion Wirklichkeit durch Fakenews, Goethe-Institut:** <https://www.goethe.de/de/kul/ges/21480851.html>

<https://www.hrtoday.ch/de/article/kognitive-verzerrungen-bias>
<https://www.skeptiker.ch/themen/kognitive-verzerrungen/>
<https://www.studysmarter.de/blog-kognitive-verzerrungen/>

Bereits Vorhandene Faktenchecks & Aufklärungsinitiativen

Bitte hier Links zu Websites, Artikel, Dokumenten o.ä. verlinken

- <https://www.newsguardtech.com/ratings/rating-process-criteria/>
- <https://www.presserat.de/pressekodex.html>
- <http://www.fakeittomakeit.de>

Gegenwärtige Faktenfinder:

- <https://www.mimikama.at/>
- <https://correctiv.org/faktencheck/>
- <https://www.tagesschau.de/thema/faktenfinder/index.html>
- <https://www.swr3.de/aktuell/fake-news-check/-/id=4877772/r8wh9i/index.html>
- <https://hoaxmap.org/>

Anleitungen zu Fakten-Selbst-Check:

- <https://www.spiegel.de/netzwelt/web/coronavirus-fake-news-entlarven-anleitung-zum-faktencheck-a-25e5045f-ed20-4d33-838a-9be8aab84c03>
- <https://www.klicksafe.de/themen/problematische-inhalte/fake-news/>
- <https://www.bpb.de/nachschlagen/lexika/das-junge-politik-lexikon/239951/fake-news>
- Flowchart:
<https://www.thepoke.co.uk/2017/01/17/reading-fake-news-heres-checklist-find/>
- <https://www.tagesschau.de/faktenfinder/fakenews-erkennen-tutorial-101.html>
- <https://www.bpb.de/nachschlagen/lexika/das-junge-politik-lexikon/239951/fake-news>
- <https://www.mimikama.at/allgemein/fake-news-erkennen/>

Inhaltliche Konzeption “Wissensvermittlung” (Owner @Lukas Mohr)

Erarbeitung der inhaltlichen Ausgestaltung eines Faktencheck “Workflows” - aktueller Schwerpunkt Corona Krise!!! Ergänzend dazu Entwicklung von leicht verständlichen Definitionen einzelner Biases (Vorurteile/Verzerrungen) sowie plakativen Beispielen zur

Verdeutlichung der Funktionsweise für nicht wissenschaftliche Nutzer:innen. Wenn wir richtig gut sind, Entwicklung von Testfragen für Nutzer:innen zur Überprüfung des Verständnisses ;)

Schwerpunkt Team:

- Lukas Mohr
- Jan
- Robert

Faktencheck Workflow

Überlegung: Faktencheck als **“Reise des Denkens”** konzipieren?:

Anfangen von bspw. Framing bis hin zur Rechtfertigung der Bemühungen des Denkens

Die Überlegung:

Zunächst ein Beispiel zu Framing zeigen, dann auf das Konzept hinweisen (Nach dem Motto: “halt stop” ist hier nicht etwas merkwürdig? → Aufzeigen und Erfolg herausstellen. Anschließend sensibilisieren das es damit nicht getan ist, nächstes Konzept aufzeigen usw. (Inspiration: “Customer Journey”)

Grundsätzlich: Kreislaufprozess.

Hier ein Link zu 50 Biases, grafisch und übersichtlich aufbereitet:

Überlegungen:

- Welche nehmen wir? Gibt es Ergänzungen?
- Wie vermitteln wir das Wissen?
- Zu jedem Konzept sollte es ein auf “Corona” bezogenes Beispiel geben, jedoch möglichst universell formuliert
- Wie können die für viele “wenig greifbaren” Biases aufbereitet werden? Wie kann der Prozess aussehen

Aktueller Stand:

<https://docs.google.com/spreadsheets/d/13aDo7g-yHYF8WYVd3-J2rYTdvOON7SPY352UBXV5ELU/edit#gid=1319579601>

Weitere Ideen:

- Zentrale Mechanismen, die gefakte Nachrichten verbreiten in sozialen Medien sollte Bedeutung zugesprochen werden, da relativ viel Input zur Erkennung von Fakten vorhanden ist (Siehe unten)
- Oder vielleicht positiv framen: Wie erkenne ich tatsächliche Fakten?

- Ggf. Strategie für eine Kampagne entwickeln mit Inhalten?
- **Mechanismen:**
 - Vermeidung kognitiver Dissonanz durch Selektion und Interpretation der Inhalte, sodass sie eigene Gedanken stützen
 - Gruppenzugehörigkeit und alternative Deutung der Welt, die durch Fakenews Relevanz erfährt, insbesondere Kritik der Eliten/ Establishment
 - Welche Medien sind relevant?
 - Die Rolle der Algorithmen
(<https://algorithmenethik.de/2019/11/21/raus-aus-der-black-box-algorithmen-fuer-alle-nachvollziehbar-machen-wie/>)
 - Selective Exposure
 - ...

Zielgruppe

- Welche Charakteristika machen anfällig, Fake-News zu glauben?
 - Einfluss der Gruppenzugehörigkeit/ Sozialen Identität als Teil des Selbstkonzepts („Die Menschen empfinden Unsicherheit im Allgemeinen als Unlust erzeugend, und herauszufinden, dass du eine falsche Überzeugung hast, kann deine Identität bedrohen“ Studie um Van Bavel)
 - <https://science.orf.at/v2/stories/2896606/>
- **Studie PwC**
(<https://www.pwc.de/de/technologie-medien-und-telekommunikation/pwc-bevoelkerungsbefragung-fake-news.pdf>) Individuell wahrgenommene Sicherheit im Umgang mit Fakenews
 - Frage 1: Bildungsabschluss: sicherer, je höher das Bildungsniveau (Hauptschulabschluss und mittlere Reife besonders unsicher)
 - Frage 2: Schon einmal mit Fakenews in Berührung gekommen: 41% nein, 28% weiß nicht
 - Frage 6: Kenntnisstand zum Thema Fake-News nach Alter: kritische Zielgruppen, die sich wenig gut informiert sind nach Alter sind: 40-49, 50-59 und 60-69. 60-69 fühlt sich am schlechtesten vorbereitet.
 - Frage 7: In zusammenhang zu höchstem Abschluss: Hochschulabschluss und mittlere Reife
- **Studie der Princeton University**
(<https://www.princeton.edu/news/2017/02/20/social-exclusion-leads-conspiratorial-thinking-study-finds>)

- Soziale Ausgrenzung führt zu abergläubischen Überzeugungen und ist nach ihren statistischen Analysen wahrscheinlich das Ergebnis einer Sinnsuche in Alltagserfahrungen/ "Diejenigen, die ausgegrenzt werden, beginnen sich vielleicht zu fragen, warum sie überhaupt ausgegrenzt werden, was sie veranlasst, nach einem Sinn in ihrem Leben zu suchen. Dies kann sie dann dazu bringen, bestimmte Verschwörungsüberzeugungen zu unterstützen"
- **Studie JIM: Mediennutzung bei Jugendlichen:**
 - Kindern und Jugendlichen steht die digitale Welt mit ihrem Informationsreichtum offen. **Der JIM-Studie zufolge haben fast alle der befragten Jugendlichen einen Internetzugang. Ein Großteil der 12- bis 19-Jährigen verwendet Online-Suchmaschinen, um sich zu informieren. Es folgen YouTube-Videos, Soziale Netzwerke und Wikipedia als die beliebtesten Informationskanäle.** Nur ein geringer Teil der befragten Jugendlichen greift bei der Informationsbeschaffung auf journalistische Nachrichtenportale zurück (<https://www.klicksafe.de/themen/problematische-inhalte/fake-news/>)
- **Studie Van Beyver: Einfluss der Gruppenzugehörigkeit**
 - Einfluss der Gruppenzugehörigkeit/ Sozialen Identität als Teil des Selbstkonzepts („Die Menschen empfinden Unsicherheit im Allgemeinen als Unlust erzeugend, und herauszufinden, dass du eine falsche Überzeugung hast, kann deine Identität bedrohen“ Studie um Van Bavel) (<https://science.orf.at/v2/stories/2896606/>)
- **Artikel: Warum Schüler in Deutschland auf Fake-News hereinfallen:**
https://www.deutschlandfunk.de/digitale-analphabeten-warum-schueler-in-deutschland-auf.724.de.html?dram:article_id=469899

Framing

Wissenschaftliche Definition

Hier bitte die wissenschaftliche Definition ergänzen

Text

Definition "leichte Sprache"

Hier bitte die Definition in leichter Sprache ergänzen

Text

Beispiele zum Verständnis

Hier bitte Beispiele erarbeiten & kuratieren

Text

Testfragen

Hier bitte mögliche Testfragen (inkl. oder exkl. Beispiele) aufführen

Text

Confirmation Bias

Wissenschaftliche Definition

Hier bitte die wissenschaftliche Definition ergänzen

Text

Definition "leichte Sprache"

Hier bitte die Definition in leichter Sprache ergänzen

Hier eine Broschüre dazu vom Bundesministerium für Arbeit und Soziales (Erklärungen, Beispiele):

https://www.bmas.de/SharedDocs/Downloads/DE/PDF-Publikationen/a752-ratgeber-leichte-sprache.pdf?__blob=publicationFile

Text

Beispiele zum Verständnis

Hier bitte Beispiele erarbeiten & kuratieren

Text

Testfragen

Hier bitte mögliche Testfragen (inkl. oder exkl. Beispiele) aufführen

Text

Bitte weitere Bias & Co. hinzufügen

Visuelle Konzeption "Wissensvermittlung"

(Owner@Melanie)

Erarbeitung der visuellen Ausgestaltung eines Faktencheck "Workflows" - aktueller Schwerpunkt Corona Krise!!! Ergänzend dazu Entwicklung von leicht verständlichen Illustrationen/Grafiken zu einzelnen Biases (Vorurteile/Verzerrungen) & Heuristiken zur Verdeutlichung der jeweiligen Funktionsweise und/oder falschen/fehlerhaften Denkmustern.

Schwerpunkt Team:

- Melanie
- Jessica (Support)

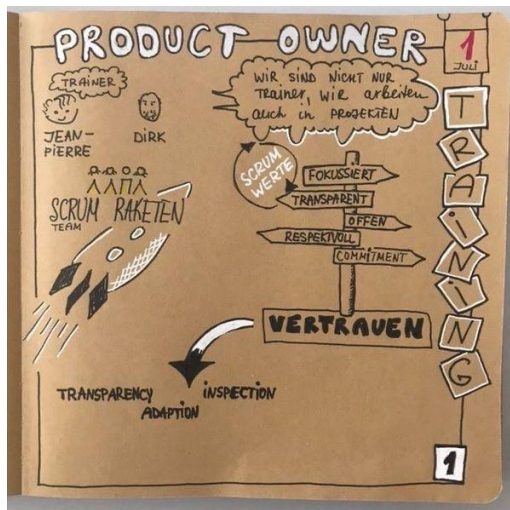
Faktencheck Workflow

Hier bitte Beispiele sammeln und Ideen erarbeiten & kuratieren

- **Logoentwicklung (Liliya und Melanie)**
Kurzbriefing an Liliya:
 - Endformat 802 x 272 px + 411 x 138 px
 - Name: Klar-Denken
- **Pitch-Video**
 - Ablauf (Zeitbegrenzung - bekannt??)
 - Wer präsentiert was (Moderation?)
 - Idee Sketchnotes-Artis (Liliya): Man könnte den Fake-News-Prozess so aufzeigen/verbildlichen <https://www.doodly.com>

Beispiele:

- 5 Tips for your Fundraising Pitch Video:
<https://www.youtube.com/watch?v=gKBM0x2WgeY>
- How to make pitch and proposal videos:
https://www.youtube.com/watch?v=E_avNkrUVbc
- Airbnb Example: <https://www.youtube.com/watch?v=uuxnzuH3XiM>
- Und hier ein Template, falls es mit dem Schneiden zu schwer ist:
<https://biteable.com/templates/video-pitch/>



Bitte weitere Bias & Co. hinzufügen - auf Grundlage der im inhaltlichen Teil ausgewählten Heuristiken & Bias

Technische Konzeption "Website" (Owner vorerst @Jessica Brockmann)

Aufbau einer Website inkl. CMS als Informationsplattform für die hier erarbeiteten Ergebnisse.

Schwerpunkt Team:

- Patrick
- Jessica

Marktbetrachtung

Es gibt bereits diverse Hilfsmittel (Mobile Apps, Websites), die sich zur Erkennung von "Fake News" vornehmlich auf die optische Aufmachung der Artikel stützen z.B.

- <https://www.buzzfeednews.com/article/craigsilverman/fake-news-checklist>
- <https://www.neue-wege-des-lernens.de/projekte/fake-news-check/>

Im Bereich "Teste dein Wissen" gibt es die Idee eines Quiz. Ein Bild, oder eine kurze Geschichte muss eingeordnet werden in real oder fake. Die Entscheidung kann inklusive Erklärung und Aufklärung überprüft werden.

- <https://www.mindtools.com/pages/article/fake-news.htm>
 - Hier im Beispiel mit Snopes realisiert, im deutschsprachigen Raum sicher mit Mimikama realisierbar

Um den eigenen Bias im Bezug auf diverse Themen festzustellen bietet die Harvard University online Tests an.

- <https://implicit.harvard.edu/implicit/selectatest.html>

Hierfür ist übergreifend wohl mehr psychologisches Wissen gefragt. Wir sollten uns als Team darauf beschränken vorhandene Angebote zu verbreiten.

Technisch könnte visme.co geeignet sein um ein interaktives Flowchart zu erstellen, das kostenlos in eine Website eingebettet werden kann.

- <https://www.visme.co/flowchart-maker/>

Domain

- kritisches-denken.org -> verfügbar
- klar-denken.org -> verfügbar
- klardenken.org -> gesichert!

-> Check bei United Domains: <https://www.united-domains.de/domain-registrieren/>

Technisches Setup

<https://klardenken.org/contao>

Zugänge

Bei Jessica Brockmann anfragen!

Mockups

Komponenten

Die Basis Website wird mit bereits vorhandenen Komponenten aufgebaut. Die Zusammenstellung der Komponenten kann individuell erfolgen. Eine Übersicht der Komponenten findet ihr hier: Link folgt kurzfristig

Sitemap

- Startseite
 - Teaser
 - Gib Fake News keine Chance: Klardenken.org hilft dir, einen kritischeren Umgang mit Nachrichten zu trainieren und unseriöse Botschaften besser zu erkennen. Probier es gleich aus!
 - Für User:Innen
 - Warum wir denken, wie wir denken
 - Du willst noch mehr zum Thema Faktenchecks, Verzerrungen und Heuristiken kennen lernen? Wir haben dir eine Reihe an Informationen zusammengetragen, um noch tiefer in das Thema einzusteigen.
 - [Mehr erfahren](#)
 - Für Publisher
 - Warum Faktenchecks nicht reichen
 - Mit dem Klardenken-Embed ganz einfach die Medienkompetenz von Leser*innen steigern und den eigenen Wert erhöhen.
 - Mehr erfahren
- Flowchart
- Für User
 - Einleitung / Teaser: Fake News machen Angst und lösen Panik aus. Prüfe mit dem Test von klardenken.org, ob bestimmte Nachrichten wahr sind und lerne, auch in Zukunft Fake News nicht auf den Leim zu gehen.
 - Download/Demo-Button
 - Wie es funktioniert / unsere Tools
 - Website: Auf klardenken.org erklären wir leicht verständlich, welche Denkmuster dazu führen, dass wir Fake News glauben. Mechanismen wie Halo-Effekt, Stereotyping und Ingroup Bias werden klingen erst mal sehr abstrakt. Unter Wissen [//link//](#) werden diese Begriffe erläutert. Konkrete Beispiele helfen dabei, zu durchschauen, warum uns die konkrete Falschmeldung anspricht.
 - Plugin (da müsst ihr helfen, für welche Anwendungen können die User etwas selbst herunterladen?)
 - whatsapp: Wir vertrauen unseren Freunden und Verwandten. Bei WhatsApp sind Videos, Bilder und Texte ganz schnell weitergeleitet und kommen unreflektiert bei unseren Freunden an. Nutze unser Plugin, um kurz und kompakt den Wahrheitsgehalt einer Nachricht zu überprüfen.
 - Was kann ich tun gegen Fake News? Wie kann ich mich einbringen / Tipps im Umgang mit Fake News
 - [//nicht weiterleiten, Faktencheck, aufklären//](#)

- //einleitung// Fake News verbreiten sich rasend schnell. Die Richtigstellung erreicht selten so viele Menschen, wie die Falschmeldung selbst. Und kann gefährliche Folgen bei den Empfänger:innen, deinen Freund:innen, Kolleg:innen und Familienmitgliedern, haben.
 - //1// Dir begegnet ein Post, ein Video oder ein Artikel und du hast den Impuls, sofort andere warnen zu wollen? Moment!
 - //2// Überlege, ob es eine Falschmeldung sein könnte.
 - //3// Nutze bestehende Faktenchecks //auf unsere Link-Sammlung verlinken// oder unseren Test, um den Inhalt zu überprüfen.
 - //4// Du könntest die Meldung als falsch entlarven? Super! Die ungefilterte Verbreitung der Fehlinformation endet bei dir.
 - //5// Teile dein Wissen!
 - //6// Erkläre anderen, warum die Meldung falsch ist und trage so dazu bei, dass sie keinen Schaden mehr anrichten kann.
- Für Unternehmen
 - Einleitung / Teaser → Download oder Kontakt (Button) (hier ist nicht klar, ob es ein weiterführendes kostenpflichtiges Angebot gibt)
 - FakeNews sind ein allgegenwärtiges Problem, dem Faktenchecks nur bedingt etwas entgegensetzen können: Einmal in der Welt, verbreiten sich Falschmeldungen und Gerüchte gerade in Krisenzeiten exponentiell.

Klardenken unterstützt Publisher dabei, spielerisch Wissen an Leser:innen zu vermitteln, bestehende Angebote zu erweitern und die Loyalität der Leser:innen zu steigern.
 - Demo/Screenshot Tool
 - So funktioniert das Klardenken-Tool → ggf. Pitchvideo
 - Klardenken kann einfach auf die Website eingebettet werden:
 - als Plugin zu bestehenden Artikeln oder Faktenchecks
 - als eigenständige Lösung auf der Website
 - Mehrwert / Vorteile (warum soll ich es einbinden?)
 - Wissen vermitteln: Das Klardenken-Tool klärt Leser:innen darüber auf, welche Elemente sich FakeNews zunutze machen und wie sie diese erkennen können.
 - Spielerisch und ohne erhobenen Zeigefinger steigern Sie die Medienkompetenz ihrer Leser:innen und ihren eigenen Wert.
 - Leser:innen binden: Klardenken ergänzt Ihr Angebot, ist interaktiv und macht aus Gelegenheitsleser:innen Abonnet:innen.
 - Referenzen / Partner / Kunden
 - Downloadpage Flowchart
 - Herunterladen, einbinden, fertig: Helfen Sie jetzt mit im Kampf gegen FakeNews.
- Wissen
 - Biases mit Erklärung

- Impressum
- Datenschutz

DEV Wissenstests

Vermarktung des Flowchart

Über welche Kanäle kann das Flowchart verbreitet werden und wie erreichen wir möglichst viele Nutzer:innen

- Ines
- Laura
- Nina

Ziel der Kampagne

Klardenken.org als Tool und Wissensangebot für bestehende Medienangebote platzieren

Zielgruppe – und wo sie sich aufhält (Kanäle)

Unternehmen (insb. Medienunternehmen), aber auch Endnutzer*innen

Perspektivisch: Stiftungen/NGOs, Schulen/Hochschulen

Medienunternehmen:

Endnutzer*innen:

Alter: 25-50

Alle Bildungslevel - also explizit auch niedrigere Level

Kanäle:

- Presse-/Kommunikationsagenturen: dpa, gpra,
- Verbände: Landesverband für Medien NRW, Bund deutscher Zeitungsverleger, Deutscher Verband der Pressejournalisten, Deutscher Presse Verband, Deutscher Journalisten-Verband e. V. + Landesverbände, Deutscher Medienverband, Bundeszentrale für politische Bildung
- Weiterbildungsanbieter / Dozierende für Journalisten: Evangelische Medienakademie, Deutsche Akademie für Public Relations GmbH (DAPR), Akademie für Publizistik, Deutsche Presseakademie, Akademie für Publizistik Hamburg, Haufe Akademie, Akademie der deutschen Medien
- LinkedIn/Xing zur Kontaktaufnahme von Ansprechpersonen
- Twitter

- Fachzeitschriften: Pressesprecher
- Medienvertreter wirvsvirus
- Konferenzen/Messen
 - media convention
 - re:publica
 - dmexco
 - publishing day
 - Social Media Week
 - OMR

Dachbotschaft (Nutzen herausstellen)

Fake News keine Chance geben! Klardenken hilft dir, einen kritischeren Umgang mit Nachrichten zu trainieren und unseriöse Botschaften besser zu erkennen.

Etwa drei Botschaften, die auch konkrete Proofpoints (Belege) enthalten

1. Mithilfe des interaktiven Angebots von Klardenken.org können (Medien-)Unternehmen die Lesedauer ihrer Nutzer*innen erhöhen und sie besser binden.
2. Klardenken.org unterstützt Unternehmen durch wertvolle Insights dabei, ihre Nutzer*innen besser zu verstehen und so attraktivere Angebote zu schaffen.
3. Klardenken.org schafft ein Wissensangebot, um die Medienkompetenz von Endnutzer*innen zu steigern und so den Wert seriöser Medien zu erhöhen.

Formate entwickeln

- Email Marketing (online werben solange offline ausgesetzt)
- Infografiken (Gegenüberstellung falsch/richtig Meldungen und dann hier ist unser Tool)
- Videos
- Podcasts
- Anleitungen auf Blogs (in 5 Schritten zu abc)
- Social Media postings • formell über Verbände / Challenge • informell (direkt an Blogger)

Pitch

Alternative

1. Problem: Tom (Journalist) kommt nicht hinter her mit den Faktenchecks
2. Lösung: Er entdeckt klardenken, das ihm hilft, sein Angebot zu erweitern und Leser:innen Wissen zu vermitteln, um selbst Fake News besser zu erkennen. Außerdem kann er sogar noch dafür sorgen, dass seine Leser:innen öfter wiederkommen und länger bleiben

