

Achtung - wir arbeiten mit echten Beispielen

Wir zeigen Desinformationen, die täuschen, manipulieren und diskriminieren.

Wir wissen: Wenn wir diskriminierende, rassistische Beispiele zeigen, zeigen wir damit auch Inhalte, die falsch sind und Menschen verletzen. Jeder Klick, jedes Zeigen zählt als Unterstützung und macht diese Inhalte bekannter.

Wir sagen ganz klar: Wir sind gegen Diskriminierung und für ein respektvolles Miteinander!

Warum zeigen wir die Beispiele trotzdem?

Wir möchten aufklären. Wir zeigen, was in unseren Social-Media-Feeds auftaucht. So lernen wir, diese Inhalte zu erkennen, besser zu verstehen und zu benennen.

Wir passen aufeinander auf.

Wenn dir etwas zu viel wird, kannst du jederzeit eine Pause machen oder kurz rausgehen. Sag uns einfach Bescheid.

Desinformatio n und Rassismus in Medien

21.11.25, Thementisch
Demokratie- und Regionale Bildungskonferenz Hamburg-Nord 2025

"Dieses Werk ist lizenziert unter einer Creative Commons Namensnennung - Nicht-kommerziell - Weitergabe
unter gleichen Bedingungen 4.0 International Lizenz (**CC BY-NC-SA 4.0**). © [codetekt e.V. / 2025]"



Agenda

1. Definition von Desinformation und deren Strategien
2. Div. Beispiele
3. Trust-Checking-Ansatz
Wie kann ich potenzielle Desinformationen enttarnen?



Ziele



Die aktuelle Lage

81
%

der Menschen in Deutschland sind der Ansicht, dass **Desinformation eine Gefahr** für die Demokratie und die Gesellschaft bedeutet
Quelle: [7]

52%

der jungen Menschen haben Schwierigkeiten, die Qualität von Online-Inhalten zu beurteilen.
Quelle: [6]

6x

schneller erreicht eine falsche Nachricht im Schnitt 1.500 Personen als eine wahre Nachricht.
Quelle: [11]



01 |

Definition Desinformation

Falschinformationen

BEGRIFFE	WAHRHEIT?	ABSICHT?	FAZIT
Desinformation	✗	✓	Geplante, absichtliche Täuschung mit Schadensabsicht
Misinformation	✗	✗	Ungeplantes Fehlleiten falscher Informationen, "Flüchtigkeitsfehler"

Desinformation zielt darauf ab, die öffentliche Meinung zu manipulieren und die Gesellschaft zu polarisieren, um auf diese Weise Schaden anzurichten.

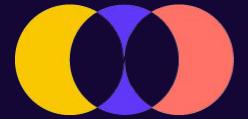
Das gelingt auch, ohne dass eine konkrete Lüge erzählt wird. Wenn zum Beispiel gezielt bestimmte „Meinungen“ und „Ängste“ zu Themen wie Migration oder Krieg gestreut werden, ist es kaum möglich, ein klares Urteil zu fällen, was „wahr“ oder „falsch“ ist.

Ein anderer Ansatz ist die Frage nach der **“Vertrauenswürdigkeit”**:



NICHT VERTRAUENSWÜRDIG

VERTRAUENSWÜRDIG



codetekt

02 |

Div. Beispiele



“Stadtbild”?!

Was Stadtbild?

Quelle: <https://youtu.be/1z0wd4qeN8?si=8qnVD3LxtwD6Gwxa>



Merz' Problem mit dem "Stadtbild"

Stand: 17.10.2025 11:38 Uhr

Der Bundeskanzler äußert sich inzwischen zurückhaltender als früher. Doch nun spricht Merz im Zusammenhang mit Migration von einem Problem im "Stadtbild". Warum das für Irritationen sorgt.



Eine Analyse von Belinda Grasnick

Das Problem mit dem Begriff "Stadtbild":

- greift ein unklares Gefühl der Fremdartigkeit und der Angst auf, ohne genau zu beschreiben, was damit gemeint ist
- beschönigender Code für "die sichtbare Anwesenheit von Menschen, die als nicht-deutsch oder nicht-weiß wahrgenommen werden, und zwar unabhängig von ihrer tatsächlichen Staatsbürgerschaft."

Die Formulierung sei "nicht neutral beschreibend"

- "ein kollektives Gefühl des Unwohlseins" konstruiert, nur weil Unterschiede sichtbar werden
- erzeugt ein Klima, das rassistische Anfeindungen und Übergriffe befördert."

Quelle: <https://www.tagesschau.de/inland/innenpolitik/merz-stadtbild-migration-100.html>

Verknüpfung von Migration und Kriminalität?!

Nicht explizit nachweisbar

Gefährliche Rhetorik!

Quellen: <https://www.ifo.de/publikationen/2025/aufsatz-zeitschrift/steigert-migration-die-kriminalitaet-ein-datenbasierter-blick>,
<https://www1.wdr.de/nachrichten/migration-herkunft-kriminalitaet-100.html>,
<https://www.bpb.de/themen/innere-sicherheit/dossier-innere-sicherheit/301624/migration-und-kriminalitaet/>

weiterführende Infos und Studien

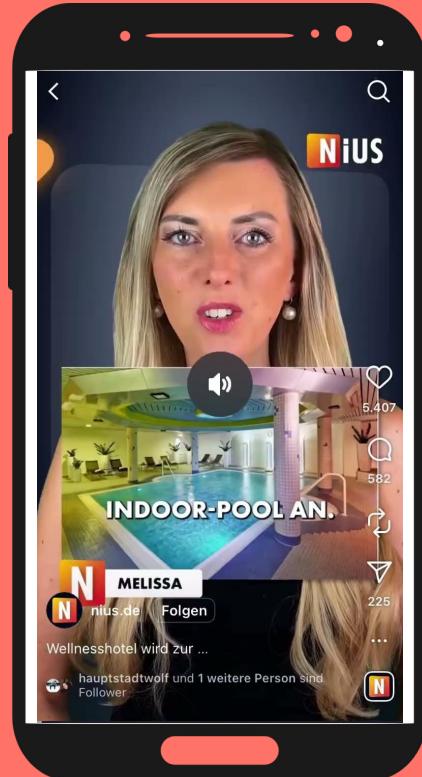


Migration - 5 Mythen im Check

30 Min. • 02.11.2025 • UT 6

Meinungen, Fakten und Mythen vermischen sich leicht in der hitzigen Debatte um Migration. Mai wirft einen wissenschaftlichen Blick auf das Thema und auf die großen Fragen, die viele beschäftigen.

WAHR VS. FALSCH?



Nius postet auf Instagram
"Wellnesshotel wird zur
Flüchtlingsunterkunft" -

stimmt das?



Ihre Einschätzung -

**Steckt hier eine
manipulierende oder
täuschende Absicht
dahinter?**



Stimmt so nicht,

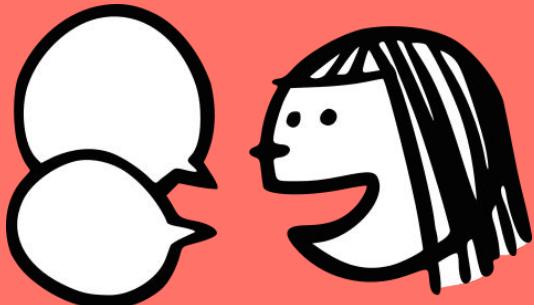
recherchiert @fakecheck_offiziell, ein Account von funk.

Unterscheidung Fakt und Meinung

Meinung

Eine Meinung ist eine **persönliche Ansicht**. Deswegen kann eine Meinung nicht eindeutig richtig oder falsch sein.

Sie kann von Mensch zu Mensch **unterschiedlich** sein.



Fakten

Ein Fakt kann man **auf seine Richtigkeit überprüfen**, man kann ihn beweisen.

Ein Fakt ist eine Tatsache, ein Sachverhalt oder ein Ereignis.
Ein Fakt ist richtig. Er unterscheidet sich nicht von Mensch zu Mensch.



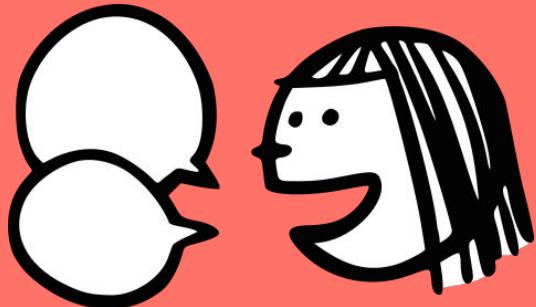
Was darf ich doch wohl noch sagen?



Meinungsfreiheit

Jeder Mensch hat das **Recht, seine Meinung frei zu sagen**. So steht es in unserem Grundgesetz.

Die Menschen entscheiden selbst, was sie lesen, wie sie im Internet surfen oder ob sie demonstrieren wollen.



Beleidigung | Täuschung | Manipulation

Vor allem, wenn andere Menschen aufgrund ihrer Herkunft, ihres Aussehens, ihrer Religion oder ihrer sexuellen Orientierung **diffamiert** werden, ist die **Grenze** der zulässigen Meinungsäußerung häufig überschritten.



„Nicht zufriedenstellend“

Zehn Jahre nach Merkels „Wir schaffen das“ zieht Carsten Linnemann kritische Bilanz

Von Rena Lehmann | 25.08.2025, 01:00 Uhr | 11 Leserkommentare



Behauptung, aufgestellt von CDU-Generalsekretär Carsten Linnemann

Seit 2015 seien 6,5 Millionen Menschen nach Deutschland gekommen und weniger als die Hälfte sei in Arbeit.

„Nicht zufriedenstellend“

Zehn Jahre nach Merkels „Wir schaffen das“ zieht Carsten Linnemann kritische Bilanz

Von Rena Lehmann | 25.08.2025, 01:00 Uhr | 11 Leserkommentare



“faul”

“wollen anscheinend nicht arbeiten”

“bekommen alles geschenkt”

“Sozial-schmarotzer”



Behauptung, aufgestellt von CDU-Generalsekretär Carsten Linnemann

Seit 2015 seien 6,5 Millionen Menschen nach Deutschland gekommen und weniger als die Hälfte sei in Arbeit.

„Nicht zufriedenstellend“

Zehn Jahre nach Merkels „Wir schaffen das“ zieht Carsten Linnemann kritische Bilanz

Von Rena Lehmann | 25.08.2025, 01:00 Uhr | 11 Leserkommentare



CDU-Generalsekretär Carsten Linnemann sieht Angelas Satz „Wir schaffen das“ kritisch. FOTO: SEBASTIAN GOLLNOW

TÄUSCHEND FORMULIERT:

Seit 2015 kamen **6,5 Millionen Menschen nach Deutschland**, darunter Geflüchtete, Personen, die für eine Ausbildung oder eine Arbeit kamen, oder Kinder. Diese Zahl nutzte Linnemann als Grundlage, obwohl nicht alle Menschen im erwerbsfähigen Alter sind, nicht alle geflohen sind usw. Von denjenigen, die **im erwerbsfähigen Alter sind, gehen laut Daten des Mikrozensus rund 60 Prozent einer Beschäftigung nach.**

Ergänzende Studie des Instituts für Arbeitsmarkt- und Berufsforschung (IAB) auf Basis der mit Sozialversicherungsdaten verknüpften IAB-BAMF-SOEP-Befragung von Geflüchteten: **„Die Beschäftigungsquote der 2015 zugezogenen Geflüchteten belief sich im Jahr 2024 auf 64 Prozent und hat sich damit an das durchschnittliche Niveau in der Gesamtbevölkerung von 70 Prozent deutlich angenähert.“**

Mehr dazu:

<https://correctiv.org/faktencheck/2025/09/03/cdu-generalsekretaer-linnemann-hinterlaesst-falschen-eindruck-zur-beschaeftigungsquote-von-gefluechteten/>
<https://iab.de/presseinfo/10-jahre-fluchtmigration-beschaeftigungsquote-von-gefluechteten-naehert-sich-dem-durchschnitt-in-deutschland-an/>

„Nicht zufriedenstellend“

Zehn Jahre nach Merkels „Wir schaffen das“ zieht Carsten Linnemann kritische Bilanz

Von Rena Lehmann | 25.08.2025, 01:00 Uhr | 11 Leserkommentare



Kommunikationsmuster?!

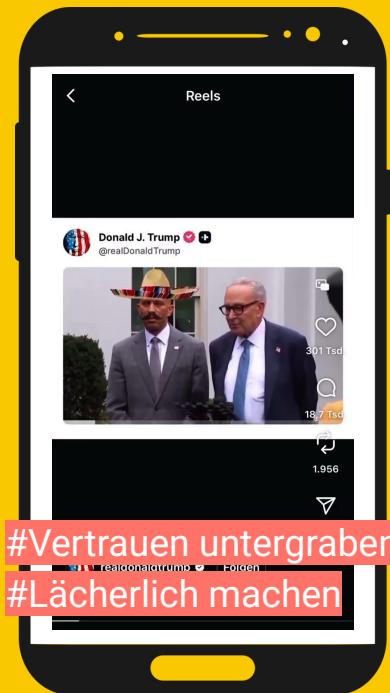
Selektive Darstellung und Verzerrung von Fakten

- Cherry Picking / Rosinenpickerei: Fokus auf einen bestimmten Aspekt, Ausblenden anderer Aspekte
- Framing: Betonung oder Weglassen bestimmter Aspekte



“Social Media Vibes” -

74 % der 16- bis 27-Jährigen nehmen politische Informationen über Social Media auf



“Overton Window” -

die Grenze des Sagbaren verschieben



"Adolf Hitler war ein Linker"





03 |

Trust-Checking-Ansatz

Trust-Checking

Quelle



Woher kommt die Information?

Tipp: Fehlende oder unklare Quellen sind ein Warnzeichen

Inhalt



Wie wird gesprochen und was wird vermittelt?

Tipp: Dramatische und beleidigende Inhalte sind ein Warnzeichen

Bilder und Videos



Welchen Eindruck macht die Aufnahme?

Tipp: Aufnahmen, die starke Gefühle auslösen, sind ein Warnzeichen

Zitat



Wird das Gesagte einer Person so wiederholt, dass es sinngemäß bleibt?

Tipp: Wenn nur einzelne Sätze oder Wortfetzen wiederholt werden, ist das ein Warnzeichen

Medium



Wer verbreitet die Information?

Tipp: Accounts mit extremen Inhalten, Emojis im Namen oder Seiten ohne Impressum sind ein Warnzeichen

Trust-Checking

Quelle	Inhalt	Bilder und Videos	Zitat	Medium
 Woher kommt die Information? Tipp: Fehlende oder unklare Quellen sind ein Warnzeichen	 Wie wird gesprochen und was wird vermittelt? Tipp: Dramatische und beileidende Inhalte sind ein Warnzeichen	 Welchen Eindruck macht die Aufnahme? Tipp: Aufnahmen, die starke Gefühle auslösen, sind ein Warnzeichen	 Wird das Gesagte einer Person so wiederholt, dass es sinngemäß bleibt? Tipp: Wenn nur einzelne Sätze oder Wortfetzen wiederholt werden, ist das ein Warnzeichen	 Wer verbreitet die Information? Tipp: Accounts mit extremen Inhalten, Emojis im Namen oder Seiten ohne Impressum sind ein Warnzeichen



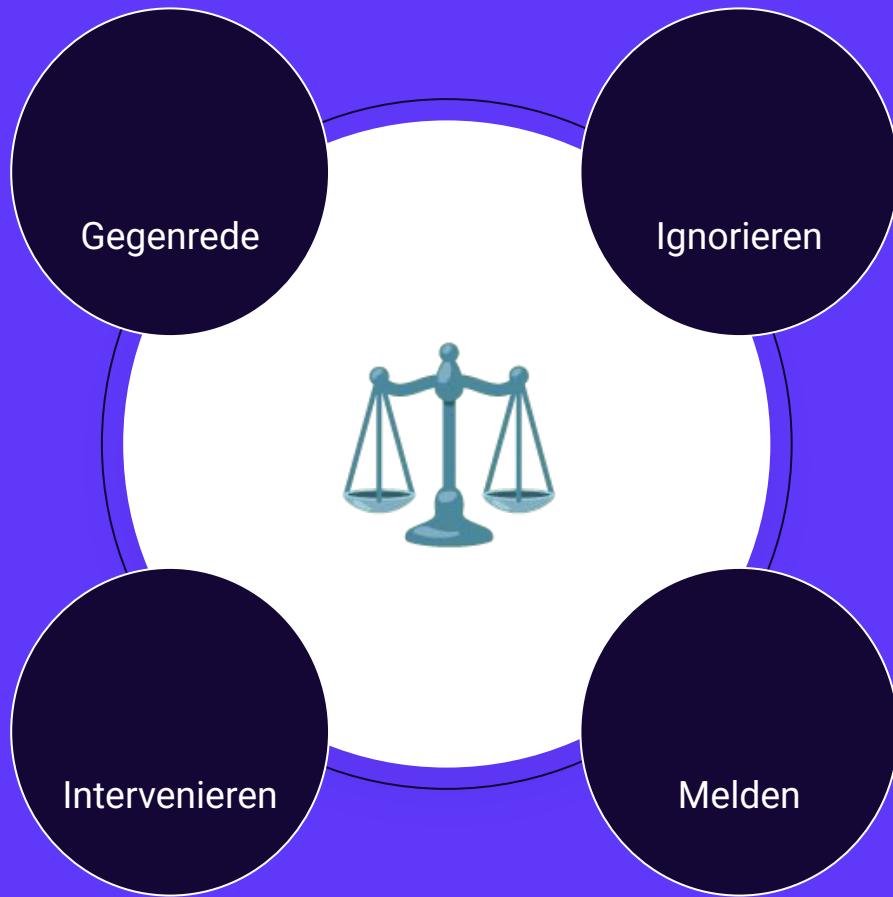
PDF mit weiterführenden Infos, Tipps und Tricks

<https://kurzlinks.de/na29>

Wie können wir uns schützen?

- Emotionen im Blick behalten**
- auf Strategien und Tricks achten**
- Trust-Checking als Checkliste für Vertrauenswürdigkeit nutzen**







PDF hier herunterladen:
<https://kurzlinks.de/fyjt>



NÜTZLICHE LINKS UND HILFSANGEBOTE

**DESINFORMATION
FAKTENCHECKS
GEGENREDE**



mehr Infos zum Projekt
und Ansprechpersonen:
<https://codetekt.org>



MEDIENKOMPETENZ-WORKSHOPS & MATERIALIEN

Wir machen Schule!

Herzlichen Dank!



Socials:

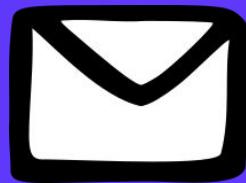


@ codetekt



@ codetekt

Bei Fragen:



workshop@codetekt.org



codetekt.org



Gemeinsam gegen Falschinformationen!

[→ MEHR ERFAHREN](#)

Wir sind codetekt

codetekt e. V. ist eine gemeinnützige Organisation mit dem Ziel, Strategien zum Erkennen und Eindämmen von Desinformation zu entwickeln und Medien- und Nachrichtenkompetenz zu fördern. Mit einem Team aus Haupt- und Ehrenamtlichen setzen wir dieses Ziel über Workshop-Angebote, Aufklärungsarbeit auf Social Media, digitale Tools sowie unsere Community um.

[Mehr zu uns](#)[Mitmachen](#)

- **HateAid:** Betroffenenberatung, Prozesshilfe, Beratungsangebote (<https://hateaid.org/betroffenenberatung/>)
- **Sekteninfo.NRW:** Beratungsstelle bei Fragen und Konflikten u.a. im Zusammenhang mit Verschwörungstheorien (<https://sekten-info-nrw.de/>)
- **Juuuport:** Beratung, Meldestelle, v.a. für jüngere Personen (<https://www.juuuport.de/>)
- **Internet-beschwerdestelle:** Möglichkeit, unkompliziert Inhalte zu melden (<https://www.internet-beschwerdestelle.de/de/index.html>)
- **Internetwache der Polizei NRW:** Möglichkeit, Inhalte online anzuzeigen (<https://anzeige-formulare.polizei.nrw/de/anzeige#/5aa6ec96-7334-4b1e-b8d1-7f37fac21d4f/ebc4ed0a-f9ab-4420-8c6b-fc9b70c135bb/1>)

Quellen und weiterführende Infos (1 von 2)



[1] Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest (2024): JIM-Studie 2024. Jugend, Information, Medien. [online] https://mpfs.de/app/uploads/2024/11/JIM_2024_PDF_barrierearm.pdf, abgerufen am: 19.02.25.

[2] Materna, Brüggen (2024): Die Informationsräume und das Informationshandeln junger Menschen und ihr Umgang mit Desinformation. Eine medienpädagogische Untersuchung mediatisierter Sozialräume. Herausgegeben vom JFF – Institut für Medienpädagogik in Forschung Praxis, München (Arbeitspapiere aus der Forschung, #5, DOI: 10.5281/ zenodo.12635275).

[3] Griese, Brüggen, Materna, Müller (2020). Politische Meinungsbildung Jugendlicher in sozialen Medien. Zugänge, ausgewählte Befunde und aktuelle Einblicke in ein interdisziplinäres Forschungsfeld. Hg. v. JFF - Institut für Medienpädagogik in Forschung und Praxis. München (Arbeitspapiere aus der Forschung, 1.), S. 29

[4] Berendse, Schnabel (2024): Das TikTok-Universum der (extremen) Rechten - Trends, Strategien und Ästhetik in der Social Media-Kommunikation. Analyse und Empfehlung der Bildungsstätte Anne Frank. [online] <https://www.bs-anne-frank.de/mediathek/publikationen/das-tiktok-universum-der-extremen-rechten>, abgerufen am: 19.02.25.

[5] Battaglia, Gross, Herweg, Kappl (2024): Katzen, Krieg und Creators. TikTok als (Des-)Informationsraum für Jugendliche. Eine Handreichung für die politische Bildung. [online] https://www.amadeu-antonio-stiftung.de/wp-content/uploads/2023/04/aas-tiktok_brosch_web.pdf, abgerufen am: 20.02.25.

[6] Kastorff, Müller, Selva, Greiff, Moser (2025): Fake News oder Fakten? Wie Jugendliche ihre digitale Informationskompetenz einschätzen und welche Rolle Schulen und Lehrkräfte dabei spielen. Erkenntnisse aus PISA 2022. [online] <https://www.waxmann.com/index.php?eID=download&buchnr=4993>, abgerufen am 10.02.25.

Quellen und weiterführende Infos (2 von 2)



[7] Bernhard, Schulz, Berger, Unzicker (2024): Verunsicherte Öffentlichkeit. Superwahljahr 2024: Sorgen in Deutschland und den USA wegen Desinformationen. Bertelsmann Stiftung. Gütersloh.

[8] Shell Jugendstudie (2024). Wie tickt die Jugend in Deutschland? [online]

https://www.shell.de/about-us/initiatives/shell-youth-study-2024/_jcr_content/root/main/section/simple/call_to_action/links/item0_stream/1730903501282/d8b545435fc2799eb6044e48b4a9fccc80b95b2d/ap-shell-jugendstudie-zusammenfassung-barrierefrei.pdf,
abgerufen am: 24.02.25.

[9] Eickelmann, Casamassima, Drossel, Fröhlich (2024): ICILS 2023 im Überblick. Zentrale Ergebnisse, Entwicklungen über ein Jahrzehnt und mögliche Entwicklungsperspektiven. [online] <https://www.waxmann.com/index.php?eID=download&buchnr=4941>,
abgerufen am: 10.02.25.

[10] Harms (2019): Geschätzte jährliche Kosten durch die Auswirkung von Fake News 2019. [online]

<https://de.statista.com/statistik/daten/studie/1074000/umfrage/jaehrliche-kosten-durch-die-auswirkungen-von-fake-news/>,
abgerufen am: 20.02.25.

[11] Vosoughi, Roy, Aral (2018): The spread of true and false news online. In: Science, Vol. 359/6380, S. 1146-1151. DOI: 10.1126/science.aap9559.