



Fakt vs. Fake

Die Wirkung und Messbarkeit von Factchecking durch afrikanische Factchecking-Organisationen

Franziska Krämer

Ausländer überlasten Südafrikas öffentliche Krankenhäuser – behauptete Aaron Motsoaledi, damaliger südafrikanischer Gesundheitsminister, [im November 2018](#), als er auf dem Nurses Summit in Johannesburg sprach. Dort ging es um die Herausforderungen von Krankenhauspersonal in ihrem Beruf. In einem Interview [mit dem Radiosender SAfm](#) machte Motsoaledi die Immigrationspolitik des Landes für die Überbelastung des Gesundheitssystems verantwortlich. So sagte er unter anderem, dass im Mai 2017 700 Babys im Charlotte Maxeke Academic Hospital in Johannesburg geboren worden seien, „und 400 von ihnen waren keine Südafrikaner“, so Motsoaledi.

Der Aufschrei nach diesen Aussagen war groß: Shenilla Mohamed, Geschäftsführerin von Amnesty International in Südafrika sagte, dass Motsoaledi [mit solchen Aussagen Fremdenfeindlichkeit](#) befeure. Der stellvertretende Ombudsmann des Landes, [Kevin Malunga, twitterte](#), dass der Gesundheitsminister mit seinen Aussagen von den Herausforderungen im Gesundheitssystem ablenke. Sein Tweet löste in den Kommentaren eine Diskussion zu dem Thema aus, ob Angehörige anderer Nationalitäten für die Überbelastung des Gesundheitssystems verantwortlich sind oder nicht.

Die Factchecking-Organisation [Africa Check](#) fragte bei den Krankenhäusern nach und prüfte die Zahlen, die der Gesundheitsminister im Interview nannte. Das Ergebnis: Keine der von Motsoaledi genannten Zahlen lässt sich belegen. Falsche Informationen, die in der Öffentlichkeit kursieren, können, je nach Thematik, einen großen Schaden hervorrufen.

Das Thema Migration ist zum Beispiel besonders sensibel: „Politiker und Medien haben in der Vergangenheit häufig falsche Informationen in der Öffentlichkeit verbreitet. Dabei ging es um falsche Zahlen der im Land lebenden Migranten oder aber Schuldzuweisungen für Probleme wie Kriminalität und Drogenmissbrauch, Mangel an Arbeitsplätzen, Drogenmissbrauch und die Belastung öffentlicher Ressourcen. Zahlen werden verfälscht, wodurch in der Öffentlichkeit eine grundsätzlich negative Stimmung gegen Migranten entsteht“, erklärt Silindile Mlilo vom African Centre of Migration and Society in Johannesburg.

Das Beispiel Motsoaledi zeigt, wie schnell falsche Informationen in die Öffentlichkeit gelangen – durch Politiker aber auch durch Journalisten. Das Vertrauen in die traditionellen Medien ist geschwächt: Wirtschaftliche Schieflagen von Medienhäusern und daraus resultierende Sparmaßnahmen führten in der Vergangenheit zu schlampigen Recherchen von Journalisten. Unreflektierte, einseitige Berichterstattungen oder gar frei erfundene Geschichten taten ihr übriges. Factchecking-Organisationen setzen genau hier an: „Wir prüfen, ob das, was Menschen in der Öffentlichkeit sagen, wahr ist“, erklärt Kate Wilkinson, stellvertretende Chefredakteurin von Africa Check, das Prinzip des sogenannten Factchecking. „Wir legen den Fokus auf einflussreiche Menschen, egal ob sie Politiker, Gewerkschafter, Geschäftsführer oder Journalisten sind. Wir schauen uns Fakten an, die sie nennen und prüfen ihre Aussagen anhand verfügbarer Daten oder Belege.“

Das Team von Africa Check möchte der Öffentlichkeit auf ihren Wahrheitsgehalt geprüfte Informationen zur Verfügung stellen. „Wenn eine Regierung eine Entscheidung treffen muss, zum Beispiel zum Thema Bildung, Infrastruktur oder zum Gesundheitssystem, und Politiker keine korrekten Informationen vorliegen haben, treffen

sie vielleicht eine falsche Entscheidung, die negative Konsequenzen haben kann.“

Als erste unabhängige Factchecking-Organisation auf dem afrikanischen Kontinent wurde Africa Check 2012 an der Universität Witwatersrand in Johannesburg gegründet. Die Non-Profit-Organisation ist schnell expandiert und arbeitet inzwischen auch in Kenia, Nigeria, Südafrika und dem Senegal. Doch das weltweite Wachstum der Factchecking-Branche zeichnet sich in ganz Afrika ab: Das [Duke Reporter Lab](#) verzeichnet derzeit neun Factchecking-Organisationen auf dem Kontinent, fünf mehr im Vergleich zum Beginn des Jahres 2018: Zu ihnen gehören neben Africa Check Pesa Check in Kenia, Tanzania und Uganda, BuhariMeter und Dubawa in Nigeria, Congo Check im Kongo, ZimFact in Zimbabwe und das gerade gegründete Namibia FactCheck. Mit 60 afrikanischen Faktencheckern, 49 mehr als im vergangenen Jahr, war Afrika auf dem jährlichen Treffen der Branche, der [Global Facts Konferenz](#) in Kapstadt im Juni 2019, nach Europa der Kontinent mit den meisten Teilnehmern.

Viel Energie, Mühe und Geld, etwa von öffentlichen Instituten und Stiftungen, werden entsprechend auch in Afrika in das Factchecking investiert. Doch eine Frage bleibt: Wie prüfen die Factchecking-Organisationen überhaupt, ob ihre Arbeit etwas bewirkt?

Congo Check: Die Größe der Leserschaft

Die eigene Wirkung nachzuverfolgen, bedeutet zunächst erstmal eins: mehr Aufwand. Neben ihrer eigentlichen Aufgabe, den Faktenchecks, müssen die Organisationen Wege finden, um die eigene Wirkung zu ermitteln. Eine simple Möglichkeit, die insbesondere die jüngeren Factchecking-Organisationen nutzen, liegt darin zu schauen, wie viele Menschen die Organisationen mit den Faktenchecks erreichen. Relativ leicht und ohne viel Aufwand können sie so messen, wie viele Menschen die Internetseite besuchen oder auf ihre Beiträge auf Facebook, Twitter und Co. reagieren.

Sammy Mupfuni hat im Jahr 2018 mit Congo Check die erste unabhängige Factchecking-

Organisation in der Demokratischen Republik Kongo mitgegründet. Heute arbeiten 16 Journalisten daran, Informationen im Kongo zu prüfen. Die sozialen Medien sind für die Factchecking-Organisationen auf dem afrikanischen Kontinent unentbehrlich, zumal Fake News und Faktenchecks häufig über Facebook, Twitter und WhatsApp verbreitet werden. Doch auch um Reaktionen von Leserinnen und Lesern zu erhalten und somit nachzuvollziehen, ob und wie wirksam die Arbeit ist, sind die sozialen Medien wichtig:

„Wir messen die Wirkung unserer Arbeit im Internet dadurch, dass wir uns die Zahl der Follower auf unseren Social-Media-Kanälen und die Zahl der Aufrufe unserer Internetseite anschauen. Wir konzentrieren uns derzeit auf die Anzahl unserer Abonnenten auf unseren Social-Media-Kanälen, wie Facebook und Twitter, und auf die Reaktionen, die unsere Artikel erzeugen. Das messen wir anhand der Anzahl von Kommentaren oder daran, wie oft unsere Artikel geteilt werden“, sagt Sammy Mupfuni. Congo Check bietet außerdem Seminare für junge Journalisten, Blogger und Internetnutzer an, in denen die Teilnehmer lernen, Informationen im Internet zu prüfen. Die Anzahl der Teilnehmer berücksichtigt das Team ebenfalls in seiner Auswertung.

Sein Fazit: Die Arbeit von Congo Check zeigt Wirkung. Nachrichten und Kommentare, in denen Leser die Arbeit befürworten, geben darüber Aufschluss. Dennoch ist Mupfuni noch nicht zufrieden: „Ja, unsere Arbeit hat eine Wirkung. Aber sie ist noch viel niedriger als das, was wir uns eigentlich vorstellen. Unsere größte Herausforderung liegt darin, dass wir noch nicht viele Menschen auf den sozialen Netzwerken und somit auch nicht mit unserer Webseite erreichen. Und das liegt daran, dass wir kein Geld haben, um unsere Facebook-Seite zu bewerben.“ Außerdem brauche es bessere Tools, um die Wirkung von Congo Check noch präziser nachvollziehen zu können, sagt Mupfuni.

Dubawa: Faktenchecks müssen Politiker und Medien erreichen

Vor allem die jüngeren Factchecking-Organisationen beginnen erst nach und nach,

systematischer ihre Wirkung zu messen. Ebele Oputa arbeitet bei der nigerianischen Factchecking-Organisation Dubawa als stellvertretende Chefredakteurin. Als kleines Team mit wenig Ressourcen war es bisher erstmal wichtiger, zunächst Fakten zu prüfen und die Faktenchecks zu publizieren. In Zukunft möchte sich das Team von Dubawa aber auch auf den Bereich Monitoring und Evaluation fokussieren – was allerdings mit viel Arbeit verbunden ist. „Um zu messen, welchen Einfluss wir auf unsere Leser haben, müssen wir Umfragen und eine intensive Analyse der sozialen Medien durchführen“, sagt Oputa.

Im Fokus solle dann aber nicht nur die Anzahl der Menschen stehen, die durch die Faktenchecks erreicht werde. Die Wirkung definiere sich vielmehr auch durch die Reaktion von anderen Medien und Politikern, aber auch Journalisten und Redaktionen, die von Dubawa unterstützt werden, sagt Oputa. „Wir sehen unseren Beitrag zur Gesellschaft darin, dass wir Reaktionen auf unsere Arbeit erhalten. Das kann dadurch passieren, dass falsche Informationen im Internet durch unseren Faktencheck korrigiert oder gelöscht werden oder wenn unsere Faktenchecks von den Mainstreammedien oder Politikern zitiert werden. Und auch dadurch, dass Journalisten oder Redaktionen, mit denen wir in Seminar durchgeführt haben, weiter Faktenchecks ohne unsere direkte Unterstützung veröffentlichen.“

Africa Check: Ziele setzen für erfolgreiches Factchecking

Für gerade gegründete und kleinere Factchecking-Organisationen ist das Messen der Wirkung schon deshalb ein Problem, weil ihnen Ressourcen wie Geld und die notwendige Zeit fehlen. Als erste unabhängige und mittlerweile größte Factchecking-Organisation auf dem afrikanischen Kontinent existiert Africa Check bereits seit sieben Jahren – aber auch für Africa Check ist die Frage danach, wie die Wirkung der Organisation systematisch gemessen werden kann, noch nicht geklärt.

Nicola Theunissen ist seit November 2017 Impact Managerin bei Africa Check. Ihre Arbeit besteht darin, genau diese Frage zu beantworten. „Ich habe fünf Jahre lang als Kommunikationsberaterin

rin im Bereich Monitoring und Evaluation gearbeitet und viele Konferenzen in verschiedenen Ländern besucht. Ich habe dabei keinen Beitrag darüber gehört, wie man systematisch die Wirkung von Medien messen kann. Auch auf Journalismus- und Factchecking-Konferenzen waren sich die Referenten darüber einig, dass es keine exakte Wissenschaft ist“, sagt Theunissen.

Für das Team von Africa Check erzielt Factchecking dann eine Wirkung, wenn es einen merkbaren Unterschied erzeugt. „Wir erreichen eine langfristige Wirkung dann, wenn wir die Qualität von Debatten und Entscheidungen, die von der Öffentlichkeit und Politikern getroffen werden, verbessern. Und das wird letztendlich dazu beitragen, dass sich wiederum Lebensverhältnisse verbessern und die Demokratie gestärkt wird“, sagt Theunissen. Eine solche Wirkung lässt sich allerdings kaum systematisch messen. Nicola Theunissen und ihre Kollegin Unathi Beku suchen weiterhin nach Möglichkeiten.

Derzeit messen sie den Einfluss des Factchecking auf verschiedenen Ebenen: auf einer Mikro-Ebene, also auf der Ebene der einzelnen Leser, schauen sich Theunissen und Beku zum Beispiel an, wie viele und auf welche Weise Leser auf die Geschichten in den sozialen Medien reagieren. Auf der Meso-Ebene geht es um den Einfluss auf eine größere Gemeinschaft oder Organisation: Das Nigeria Centre for Disease Control (NCDC) bezog sich zum Beispiel 2018 auf die Arbeit von Africa Check: „Chimezie Anueyiagu, Communications Director des Nigeria Centre for Disease Control, sagte, dass ein Workshop zum Thema Gesundheit, der von Africa Check in Abuja organisiert wurde, eine wesentliche Lücke in der Kommunikation von Gesundheitsangelegenheiten füllt. Das NCDC könne Nigerianer noch besser schützen und wahre Informationen zum Thema Gesundheit an die Gesellschaft herausgeben“, so Theunissen.

Wenn sich dagegen die Arbeit von Africa Check auf die Politik auswirkt, dann spricht das für eine Auswirkung auf der Makro-Ebene. Als Beispiel für einen Indikator hierfür nennt Theunissen eine Rede von Südafrikas heutigem Verkehrsminister Fikile Mbalula, in dem er sich positiv auf eine Recherche von Africa Check zum Wahlprogramm

des ANC vor den südafrikanischen Wahlen 2019 bezog. „Wir halten das für ein Zeichen unserer Wirkung, weil es ein Indikator dafür ist, dass wir die Qualität der öffentlichen Debatte verbessert haben, wenn ein Politiker auf eine unserer Veröffentlichungen verweist“, sagte Theunissen.

Verschiedene Instrumente, wie etwa Programme, um Ergebnisse festzuhalten, helfen Theunissen und Beku dabei, bei ihrer Analyse systematischer vorzugehen – mehr aber auch nicht. „Es gibt eine Menge Programme, aber ich glaube, dass nicht besonders viele davon Faktchecking-Organisationen bei ihrer Arbeit helfen“, sagt Theunissen. Die afrikanische Factchecking-Gemeinschaft müsse hierfür gemeinsam an einem universellen Instrument arbeiten, findet Theunissen: für die Leser, die Geldgeber, aber nicht zuletzt auch für die eigene Redaktion und die Factchecking-Gemeinschaft, um dort eigene Erfolge wahrzunehmen und auch auf diese hinweisen zu können.

Ein klares Ergebnis, wie und in welchem Maße Factchecking die Gesellschaft beeinflusst, gibt es also nicht. Der Frage, ob Africa Check sein Ziel, die Demokratie zu stärken, erfüllt, stimmt Theunissen allerdings zu. Sie spricht allerdings von „anecdotal evidences“, also einzelnen Geschichten, die die Rolle von Africa Check verdeutlichen. Anfang des Jahres 2019 hat etwa eine bedeutende südafrikanische Partei das Team von Africa Check gebeten, ihr Wahlprogramm zu überprüfen, bevor es veröffentlicht wird. „Die Politiker wissen, dass die südafrikanischen Wähler über falsche Informationen Bescheid wissen und es ein zunehmendes Interesse an einer fundierten Debatte gibt“, sagt Unathi Beku. Der alleinige Fakt, dass Africa Check existiere, Sorge dafür, dass Politiker sich darüber Gedanken machen, ob von ihnen vermittelte Informationen korrekt sind – was ein klares Zeichen der Wirkung von Factchecking sei.

Eine Frage, die bleibt: Wie groß ist der Einfluss wirklich?

Darüber hinaus können sowohl große als auch kleine Factchecking-Organisationen eine weitere bedeutsame Frage derzeit noch nicht beantworten: Wie erreichen die Faktenchecker die Men-

schen, die den Organisationen nicht auf den sozialen Medien folgen wollen oder gar können und die sich nicht aktiv über ihre Arbeit informieren – oder gar falsche Informationen teilen?

In Nigeria haben viele Menschen gar keinen Zugang zu den Faktenchecks, die online geteilt werden. Das ist eine große Herausforderung für das Team von Dubawa. „Wir haben an Kooperationen mit Medienorganisationen gearbeitet, die unsere Inhalte unabhängig vom Internet, zum Beispiel über Radio- oder Printmedien, verbreiten“, sagt Ebele Oputa. Solche Kooperationen seien in Nigeria allerdings schwierig aufzubauen und zu bewahren.

Africa Check versucht, mehr Menschen über Community-Radios zu erreichen und die Faktenchecks in verschiedene Landessprachen übersetzt werden. Man wisse nicht, ob die Faktenchecks die Menschen erreiche, die falsche Informationen teilen, sagt Nicola Theunissen. „Man weiß nicht, ob man mit seinen Faktenchecks die richtigen Leute erreicht. Wir wissen, dass wir gebildete Menschen erreichen und das ist unsere größte Herausforderung. Der Großteil unserer Leser hat einen Universitätsabschluss“, so Theunissen. Und diese seien nicht zwangsweise die Menschen, die falsche Informationen verbreiten oder glauben.

Soziale Medien bieten hier eine Möglichkeit, dieses Problem anzugehen: Einige Factchecking-Organisationen wie Dubawa oder Africa Check kooperieren [inzwischen mit Facebook](#). Wenn die Faktenchecker falsche Informationen als solche identifizieren, zeigt Facebook seinen Nutzern Beiträge, in denen diese enthalten sind, nicht mehr so häufig an. Nutzer, die falsche Informationen geteilt haben, erhalten außerdem eine Benachrichtigung. „Für mich ist dieser Weg eine

sehr gute Möglichkeit, um Menschen zu erreichen, die falsche Informationen verbreiten“, so Theunissen.

Gleichzeitig sammelt Facebook Daten darüber, inwiefern diese Kooperation und damit auch Factchecking im Allgemeinen funktioniert – wie oft also beispielsweise Nutzer von ihnen geteilte, als falsch identifizierte Informationen auch tatsächlich löschen. Diese Daten gibt der Konzern allerdings nicht an die Factchecking-Organisationen heraus – obwohl es genau diejenigen Informationen sind, die die Factchecking-Organisationen bräuchten, um den Einfluss der Faktenchecks sehr viel systematischer zu messen und damit diese Lücke zu schließen.

Factchecking ist eine neue journalistische Praxis, entstanden in einer Zeit von gefälschten Nachrichten und verlorenem Vertrauen in die Medien. Welchen Einfluss Factchecking hat, ist derzeit noch nicht systematisch nachvollziehbar – selbst für große, länger existierende Factchecking-Organisationen wie Africa Check. Es fehlen hierfür einschlägige Methoden und Instrumente. Für jüngere Organisationen wie Congo Check, die sich derzeit noch im Aufbau befinden, ist es noch schwieriger, weil sie Geld, Zeit und Fähigkeiten benötigen. Der Ehrgeiz der Faktenchecker, ihren Einfluss so exakt wie möglich zu messen, ist allerdings geweckt. Auf Konferenzen wie den Global Facts 6 diskutieren sie gemeinsam neue Möglichkeiten und tauschen Ideen aus. Ihre Motivation: falsche Informationen zu identifizieren und zu korrigieren. Auch wenn sich ihre positive Wirkung auf die afrikanische Gesellschaft noch nicht messen lässt, ist ihre Arbeit möglicherweise die Antwort auf das bestehende Misstrauen in die Medien und kursierender Falschnachrichten im Internet.



Regionalbericht

Konrad-Adenauer-Stiftung e. V.

Franziska Krämer
Forschungsassistentin
Medienprogramm Sub Sahara Afrika
<https://www.kas.de/web/medien-afrika>

researchertwo.johannesburg@kas.de



Der Text dieses Werkes ist lizenziert unter den Bedingungen von „Creative Commons Namensnennung-Weitergabe unter gleichen Bedingungen 4.0 international“, CC BY-SA 4.0 (abrufbar unter: <https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/legalcode.de>)