FFF - Facts for Friends

Schlussbericht

Zuwendungsempfänger: Facts for Friends

September 2020

Das diesem Bericht zugrundeliegende Vorhaben wurde mit Mitteln des Bundesministeriums für Bildung und Forschung unter dem Förderkennzeichen 01IS20S19 gefördert. Die Verantwortung für den Inhalt dieser Veröffentlichung liegt beim Autor.

1. Das Problem

Aufgabenstellung und Motivation

Die Corona Pandemie hat bestätigt, dass besonders in Krisenzeiten Fake News und Desinformationen destabilisierend wirken. Mit hoher individueller Verunsicherung steigt auch die Anfälligkeit gegenüber veralteten, unbestätigten oder fehlerbehafteten Nachrichten (sogenannter Fake News) oder aber gezielten Manipulationen und Verschwörungserzählungen (sogenannter Desinformationen). Durch das Internet, insbesondere über Social Media oder Instant-Messaging Dienste, verbreiten sich solche Inhalte oft in rasanter Geschwindigkeit. Selbst engagierte Bürger:innen, die im Internet mit Fake News konfrontiert werden, haben nicht unbedingt die Zeit und/oder die Expertise, eigenständig eine fundierte Recherche und somit eine Überprüfung durchzuführen und gegebenenfalls ihr Umfeld zu informieren und aufzuklären. Diese Verbreitung von Fake News oder Desinformation führt nicht nur zu Verwirrung und Unsicherheit in der Bevölkerung sondern, fördert auch der Entstehung von gefährlichen Filterblasen bis hin zur Destabilisierung der Demokratie.

Fake News, Desinformationen und Fact-Checking sind keine neuen Themen. Was sich jedoch verändert hat, ist der Konsum von Nachrichten und Informationen der Bevölkerung. Die Sozialen Netzwerke haben sich von reinen Unterhaltungsmedien zu viel genutzten Nachrichtenquellen entwickelt. Insbesondere die jüngeren Generationen

wenden sich zunehmend von traditionellen Quellen wie Zeitungs-, TV- und Radio-Journalismus ab. In der Altersgruppe der 18- bis 24-jährigen geben 30 % der Deutschen an (*"Reuters Institute Digital News Report"* 2020), Social Media sei ihre Haupt-Nachrichtenquelle. Zudem wird es immer schwieriger zwischen falschen und richtigen Nachrichten zu differenzieren. Laut einer Studie der *McCombs School of Business* der *University of Texas*, konnten eine Reihe befragter Nutzer Headlines mit Falschinformationen nur mit einer 44 prozentigen Richtigkeit identifizieren. Zudem zeigt die zunehmende Nutzung von Social Media für Nachrichten den allgemeinen Trend zu "Convenience", also Nützlichkeit oder Bequemlichkeit. Nutzer leiden zunehmend an den Folgen der heute oft als "Infodemie" bezeichneten Medienlandschaft. Der Nutzer ertrinkt in einer Flut von Informationen, bei denen er schnell den Überblick verliert und nicht mehr weiß, was er lesen, sehen oder glauben soll. Dies führt zu einer sogenannten "News Fatigue", einer Übersättigung an Nachrichten oder Informationen und dem Wunsch nach mehr Ordnung, Simplizität und Kompaktheit.

Doch wenn immer mehr Nachrichten über Social Media konsumiert werden und sich dort Falschinformationen einfach und rasant verbreiten, müssten Medienorganisationen oder die Regierung nicht genau *dort* ansetzen und einschreiten? Doch hier kommt ein weiteres Problem dazu, traditioneller Journalismus hat zunehmend Schwierigkeiten, jüngere (digitale) Zielgruppen zu erreichen. Diese Entwicklung bedroht nicht nur das Überleben des Journalismus auf dem Markt, sondern gefährdet auch die demokratische Meinungsbildung. Und auch die Bemühungen der Politik, sich an digitale Zielgruppen zu wenden, ist oft mit wenig Erfolg gekrönt. Daher ist hier eindeutig eine Lücke im System, denn benötigt wird eine *Brücke* zwischen traditionellen Medien und Social Media sowie zwischen der Regierung und Social Media.

2. Unser Lösungsansatz

Aufgabenstellung und Motivation inkl. Software-Sprint

Hier setzt Facts for Friends an. Unser Ziel ist es nicht, das Fact-Checking neu zu erfinden. Wir sind die Brücke zwischen etablierten Fact-Checking-Organisationen und Social Media.

Facts for Friends hat das Ziel, eine zentrale und niedrigschwellige Anlaufstelle zu sein, um kursierende Informationen auf ihren Hintergrund und Wahrheitsgehalt hin zu prüfen und gegebenenfalls Richtigstellungen im eigenen Umfeld zu verbreiten. Dabei werden

auf einer Web App sogenannte FactSnacks als kurze, prägnante Klar- und Richtigstellungen zur Verfügung gestellt, die schnell und einfach als Text oder SharePic in verschiedenen Social Media und Messenger-Diensten geteilt werden können.

So können wir essenzielle Informationen dorthin transportieren und sie verbreiten, wo sie am notwendigsten sind. Bereits existierende Fact-Checking Webseiten schreiben Richtigstellungen zu kursierenden Desinformationen oft in längeren Artikeln und setzen z. T. größere Vorkenntnisse voraus bzw. sind besonders vulnerablen Zielgruppen nicht bekannt. Facts for Friends präsentiert sich dagegen als zentrale Plattform und zeichnet sich durch hohe Zugänglichkeit, Prägnanz und Teilbarkeit (diverse Share-Features) aus. Unsere Richtigstellungen (Texte oder SharePics) basieren im Wesentlichen auf Quellen bereits existierender Fact-Checking Webseiten und verifizierten Veröffentlichungen. Unser redaktioneller Aufwand ist daher vergleichsweise gering. Dabei ist die Skalierbarkeit der Themen sehr hoch.
Im Gegensatz zu traditionellen Faktenprüfungsdiensten zeichnen wir uns also dadurch aus, dass wir auf eine Sammlung kurzer und leicht verständlicher Korrekturen von verschiedenen Quellen zugreifen können, die direkt in alle sozialen Medien und Messenger-Kanäle eingespeist werden können. So ermächtigen wir die Nutzer von sozialen Plattformen, selbst gegen Fake News in ihrem sozialen Umfeld zu handeln und diese falschen Informationen nicht einfach zu dulden oder gar zu ihrer Weiterverteilung beizutragen.

Um dieses Projekt weiter voranzutreiben, gab es unterschiedliche Motivationen. Zum einen ist die persönliche Erfahrung in unserem Team noch sehr präsent. Wir alle wurden (vor allem in den letzten Monaten und im Zuge der Corona-Krise) mit Fake News im Internet konfrontiert. Dies ist erschreckend und etwas, dass wir nicht einfach so ‘stehen lassen’ möchten. Zum anderen gab der WirVsVirus Hackathon und die Community, die sich daraus gebildet hat, große Motivation, um dieses Projekt zu verfolgen und um zusammen mit dem Software Sprint einen funktionierenden Prototype unserer Lösung zu erstellen.

Im Rahmen des WirVsVirus Hackathons gelang es Facts for Friends einen Primotypen zu bauen. Dies war eine zwar simple, jedoch funktionierende Version unserer Plattform. Dadurch, dass wir in den WirVsVirus Solution Enabler aufgenommen wurden, bekamen

wir die Möglichkeit, uns mit ExpertInnen und unterschiedlichen UnternehmensvertreterInnen auszutauschen und unserer Plattform neu zu planen.
Die konkrete Umsetzung gelang uns dann durch die Förderung durch den Prototype Fund. In dieser Zeit konnten wir aus der Planung heraus unseren ersten Prototypen erstellen. Dieser war insgesamt nutzerfreundlicher, vom Design her ausgearbeiteter und von der Technik her stabiler. Dieser Prototyp ist nun live und wird auch aktiv von NutzerInnen besucht und genutzt.
Wir sind davon überzeugt, dass dieses Projekt unserer Gesellschaft dabei unterstützt, einen sicheren Umgang mit Informationen und Nachrichten im Internet und in den Sozialen Medien zu erlangen.

3. Förderinitiative "Software-Sprint"

Data Literacy, Civic Tech und Open Source

Die digitale Gesellschaft braucht offenes Wissen. Nur indem Wissen geteilt wird, können Fehler aufgedeckt werden und Verbesserungen stattfinden. Viele behandeln Software als ein Gut oder einen Gegenstand, aber genau dies ist der Fehler. Denn Software ist eher mit Wissen gleichzusetzen. Facts for Friends ist ein Open-Source Entwicklungsprojekt. Es ist unser oberster Anspruch dieses angesammelte Wissen mit der Gesellschaft zu teilen und so unsere Plattform für die Gesellschaft stetig und optimal weiterzuentwickeln.

Unsere Lösung geht gezielt eines der aktuellsten und relevantesten Themen unserer digitalen Gesellschaft an: Fake News. Das Ziel von Facts for Friends es eine Technologie in der Form eines Software-Prototypen zu entwickeln, bei dessen Motivation und Erstellung, die Bedürfnisse des Nutzers zentral sind. Im Rahmen zahlreicher Interviews konnten wir die Sorgen und Wünsche der Social Media-Nutzer und Internet-Nutzer allgemein identifizieren und unseren Prototypen auf dieser Basis aufbauen und entwickeln.

Mit unserer Plattform fördern wir das Engagement und die Beteiligung der deutschen Bürger im Kampf gegen "Fake News" in Sozialen Netzwerken. Somit fällt unsere Lösung direkt in das Themenfeld "Civic Tech". Wir geben Nutzern ein Tool und validierte Informationen an die Hand, womit sie eigenständig Handeln können, um im Netz mehr Klarheit und Wahrheit durchzusetzen. Dabei wird nicht nur dem einzelnen Nutzer

geholfen, sondern das gesamte digitale Zusammenleben friedlicher und sicherer gestaltet. Zudem tragen wir mit unserer Lösung maßgeblich zur "News Literacy" der deutschen Bevölkerung bei. Durch die Schaffung einer Kommunikationsplattform und Anwendung, die das Browsen, Teilen und Durchsuchen von widerlegten Falschmeldungen ermöglicht, hat Facts for Friends auch einen edukativen Ansatz. Das Ziel von Facts for Friends ist ein informierter und differenzierter Umgang mit Nachrichten in Social Media. Durch die Suchfunktion auf unserer Website und unsere FactSnacks wird der Nutzer angehalten sich kritischer Mit Quellen auseinanderzusetzen.

4. Ergebnisse & Meilensteine

inkl. Open Knowledge Foundation

Die gravierendsten Meilensteine für das Team rund um Facts for Friends waren der Beginn des Projekts im Rahmen des WirVsVirus Hackathons und im Anschluss die Aufnahme in den Solution Enabler sowie die Aufnahme in den Prototype Fund. In diesen drei Monaten haben wir es geschafft, eine neue Plattform in neuem Design zu launchen und die internen Prozesse so zu optimieren, dass wir wöchentlich neuen Content auf die Plattform bringen konnten. Zudem wurde die Geschäftsführerin von Facts for Friends von dem Bundespresseamt (BPA) eingeladen, das Projekt intern vorzustellen.
Wir konnten uns zudem mit vielen unterschiedlichen Unternehmen zu unserer Lösung austauschen, viel Feedback berücksichtigen und unseren Bekanntheitsgrad durch Marketing-Aktivitäten erhöhen.
Die Ergebnisse der oben genannten Meilensteine lassen sich daher so zusammenfassen:

- Prototyp Erstellung und Weiterentwicklung
- Interviews mit Fact-CheckerInnen, NutzerInnen, UnternehmensvertreterInnen und RegierungsvertreterInnen sowie weitere Recherche zu unserer Lösung und dem Problem
- Positives Feedback aus der Branche und aus der Politik.

Die Open Knowledge Foundation war in dem gesamten Vorankommen von Facts for Friends, besonders in dem Förderzeitraum, ein sehr starker Treiber. Da unsere Werte komplett mit denen der Open Knowledge Foundation einhergehen, was es für uns sehr spannend, von dem Wissen zu profitieren. Die Werte von Facts for Friends bezüglich einer offenen und informierten Gesellschaft gehen mit denen der Open Knowledge Foundation einher. Wir sind davon überzeugt, dass durch Teilen unseres Wissens und

unserer Technologien andere Personen und Organisationen davon profitieren können, so wie wir es von bereits etablierten Open Source Projekten konnten.

5. Zielgruppe & Nutzen

Nachfrage & Nutzer-Interviews

Im Rahmen der Entwicklung unserer Plattform haben wir einige Nutzer-Interviews geführt, um zu verstehen, was die Menschen bewegt und ob sie sich eine Lösung wie Facts for Friends vorstellen können. Hierbei haben wir einige interessante Insights bekommen und die gesellschaftliche Relevanz unserer Lösung hat sich bestätigt.
Zum einen haben wir mit NutzerInnen gesprochen und zum anderen mit JournalistInnen und Fakten-CheckerInnen aus unterschiedlichen Organisationen sowie mit MinisteriumsvertreterInnen.

Unsere Gespräche und Nutzer-Interviews mit unserer Zielgruppe haben gezeigt, dass sie sich nach Anleitung in dem Umgang mit Fake News wünschen und daher ein Tool wie Facts for Friends sehr gut finden, um in kurzer Zeit herauszufinden, ob etwas falsch oder richtig ist und vor allem um ihr digitales Umfeld aufzuklären. Hierbei haben die Gespräche auch ergeben, dass die sog. 'Convenience' ein großer Faktor für den Erfolg unserer Lösung ist, denn NutzerInnen von Social Media und Messenger Diensten legen großen Wert auf die Einfachheit und Bequemlichkeit, die mit diesen digitalen Tools einhergeht. Das einfache Teilen und die Prägnanz unserer FactSnacks trifft genau dieses Bedürfnis der Convenience.

Der Nutzen und Mehrwert von Facts for Friends hat sich auch in Gesprächen mit Medien Organisationen und JournalistInnen bestätigt. Denn die VertreterInnen aus diesen Bereichen haben selbst die Notwendigkeit für das Erschließen der jüngeren, digitalen Zielgruppen hervorgehoben, auch um den Journalismus zu erhalten. Da wir mit Facts for Friends eine Brücke zwischen etabliertem Journalismus und Fact-Checking und den Sozialen Medien darstellen wollen, ist unser Ansatz sehr positiv aufgenommen worden.
Auch aus der Politik gab es ein positives Echo zu unserem Ansatz, denn das Problem von Fake News in den Sozialen Medien ist dort sehr bekannt und präsent und ist eine laufende Gefahr für die Demokratie.

6. Weiterentwicklung & Vision

Pläne und weitere Umsetzung

Die Vision ist eine benutzerfreundliche Plattform mit einer hohen Reichweite, die unmittelbar und agil auf aufkommende und kursierende Fake News und Desinformationen reagieren und diese kurz und verständlich richtigstellen kann. Die hohe Resonanz, die wir unter anderem von Stakeholdern im Governance-, Medien- und IT-Bereich erfahren, zeigt den großen Bedarf an einem solchen Tool und sein hohes Potenzial.

Wir sehen es als unsere Pflicht an, eine informierte und kritische Gesellschaft zu fördern, die mit wahrheitsgemäßen Informationen ausgestattet ist, um ihre Fakten-gestützte Teilnahme am öffentlichen Leben und an der Politik zu ermöglichen.

Anfang Oktober beginnt für Facts for Friends eine neue Phase. Mit dem Einstieg in das Media Lab Bayern Accelerator Programm erhalten wir Unterstützung für unsere weitere Entwicklung. Im nächsten Schritt soll der WebApp-Prototyp weiterentwickelt und finalisiert werden. Im Anschluss wird der Fokus darauf liegen, die Bekanntheit, Reichweite und Glaubwürdigkeit von Facts for Friends zu stärken. Um die Bekanntheit direkt bei Markteinstieg zu erhöhen, wird erstens mit Influencer Marketing (Stichwort "Sinnfluencer") gearbeitet und zweitens eine kostenlose B2C Leistung für Nutzer als Einstiegsprodukt gewährleistet. In der darauffolgenden Phase ist es das Ziel, *die* Plattform für Fact-Checking im deutschen Markt zu werden und zahlende B2B Kunden zu akquirieren. Diese Kunden werden zum einen große deutsche Medienorganisationen und zum anderen Vertreter aus der Politik. Diesen Kunden verkauft Facts for Friends ihre Leistung als Brücke vom traditionellen Kanal zu den Sozialen Netzwerken. Im letzten Schritt, sollen zusätzlich Partnerschaften mit gängigen Sozialen Netzwerken eingegangen werden, indem der Fact-Checking Dienst von Facts for Friends direkt in diese Netzwerke eingebunden wird.

Neben der Weiterentwicklung unserer Lösung konnten wir uns auch insgesamt als Team sowie individuell weiterentwickeln. Da alle Teammitglieder Expertise in unterschiedlichen Bereichen haben, konnten wir viel voneinander lernen. Als Team sind wir durch die intensive Zusammenarbeit (wenn auch Remote) sehr

zusammengewachsen. Für jeden von uns war es bereichernd, von dem Wissen und auch dem Netzwerk der anderen zu Profitieren.

7. Herausforderungen & Schwierigkeiten

Arbeiten, die zu keiner Lösung geführt haben

In den ersten Skizzen unserer Plattform gab es die Möglichkeit, sog. FactSnacks einzureichen. Diese sollten dann von uns verifiziert werden können (Experten und JournalistInnen sollten diese einreichen). Jedoch haben wir viel mit unterschiedlichen und relevanten Personen über diesen Ansatz gesprochen und kamen dann zu dem Ergebnis, dass diese nicht die zeitlichen Ressourcen dafür haben und unsere Glaubwürdigkeit auch darunter leiden könnte.
Im Rahmen der Weiterentwicklung unseres Projektes haben wir verschiedenste Business Modelle in Erwägung gezogen. In diesem Prozess wurde viel über die Werte und die Vision von Facts for Friends diskutiert und daraufhin einige Modelle sofort verworfen. Dazu gehört erstens das klassische Paywall-Prinzip, das im digitalen Journalismus oft genutzt wird. Für Facts for Friends kommt dieses Prinzip im ersten Schritt nicht infrage, da ein USP des Projektes die Zugänglichkeit des Fact-Checking ist. Eine Paywall würde diesen Aspekt zunichtemachen. Ein weiteres Konzept, welches schnell verworfen wurde, ist die Leistung von Facts for Friends an große Firmen zu verkaufen. Dies wäre nicht mit den journalistischen Werten von Facts for Friends zu vereinbaren und würde dem Projekt die Glaubwürdigkeit nehmen. Schlussendlich sehen wir die einzige Möglichkeit, Facts for Friends zu einem funktionierenden Business Modell zu machen, Kooperationen mit traditionellen Medienhäusern und Partnern in der Politik zu formen und gemeinsam gegen Fake News zu kämpfen.

8. Arbeits- & Kostenplanung

Aufgaben im Team

Vor Beginn des Projektstarts im Rahmen des Software Sprints hat jedes unserer Teammitglieder die zeitliche Verfügbarkeit der Nebentätigkeit angegeben und prognostiziert und die geschätzten Stunden für die einzelnen Aufgaben angegeben. Dies hat überraschend gut und akkurat funktioniert - bis auf ein paar Stunden mehr bzw. weniger pro Arbeitspaket oder Teammitglied ist durch die genaue Planung alles wie

erwartet abgelaufen. Bis zum Schluss hat der Zeitaufwand zu den unterschiedlichen Arbeitspaketen gepasst und es gab nur ein paar Fälle, in denen ein paar Stunden mehr oder weniger pro Teammitglied gebraucht wurden.

9. Ergebnisse bei anderen Stellen

Hohe Nachfrage bei pot. Partnern

Im Laufe des Software Sprints der letzten drei Monate wurden wir von unterschiedlichsten Stellen darin bestärkt, dass unser Lösungsansatz höchst relevant ist und ein ganz akutes, immer größer werdendes Problem bekämpft. Wir haben uns im Verlauf noch weiter auf die Sozialen Medien fokussiert, und das Problem mit Misinformationen welches dort herrscht. Vor allem in jüngster Zeit hat das Thema Fake News in den Sozialen Medien immer mehr Aufmerksamkeit bekommen. Daher kommunizieren wir nun verstärkt, dass wir genau dieses Problem beheben möchten. Auch in unseren Gesprächen mit VertreterInnen der Bundesministerien hat sich die Dringlichkeit nach so einer Lösung gezeigt. Daher wurde unsere Zielsetzung durch externe Personen / Institutionen hauptsächlich bestärkt.

10. Weitere Informationen zum Projekt

Kontakt und Links

Für weitere Informationen zu der Lösung Facts for Friends und der Weiterentwicklung des Projekts können folgende Seiten besucht werden:

Web App: www.factsforfriends.de
GitHub: https://github.com/factsforfriends
LinkedIn: https://www.linkedin.com/company/facts-for-friends
Facebook: https://www.facebook.com/factsforfriends.de
Instagram: @factsforfriends.de
Twitter: @facts4friends