

# Facebook hat ein Problem mit Covid-19-Fake-News

Die Aktivistengruppe Avaaz präsentiert schockierend hohe Zahlen – doch die Situation verbessert sich

RETO STAUFFACHER

«Facebook wimmelt nur so von medizinischen Falschnachrichten – und das mitten in einer Pandemie. Das macht die Plattform zu einer Bedrohung für die öffentliche Gesundheit.» Mit diesen einleitenden Worten von João Miguel Grenho, Generalsekretär der Europäischen Vereinigung der Fachärzte, informiert die Aktivistengruppe Avaaz über ihre neuste Studie. Der Vorwurf: Trotz allen Beteuerungen des Facebook-Gründers Mark Zuckerberg habe die Plattform die Verbreitung von Falschinformationen nicht im Griff, im Gegenteil.

## Über 200 Millionen Aufrufe

In einer umfangreichen Untersuchung hat Avaaz das Ausmass der Verbreitung von Falschinformationen vor und während der Corona-Pandemie auf Facebook überprüft. Laut der am Mittwoch veröffentlichten Auswertung wurden Fake-News zu Gesundheitsthemen innert eines Jahres weltweit mehr als 3,8 Milliarden Mal aufgerufen. Am schlimmsten seien die Auswüchse im April dieses Jahres gewesen, auf dem Höhepunkt der Pandemie. Die erfolgreichsten Seiten, die beispielsweise in ihren Beiträgen einen Zusammenhang zwischen der Ausbreitung der 5G-Technologie und der Verbreitung des Virus suggerierten, erhielten im untersuchten Zeitraum mehr als 200 Millionen Aufrufe.

Die Autoren untersuchten die Verbreitung von Falschinformationen im

Zeitraum vom 28. Mai 2019 bis 27. Mai 2020 in Grossbritannien, Frankreich, Italien, Deutschland und den USA. Avaaz ist eine weltweit aktive und von Mitgliedern finanzierte Bewegung, die sich unter anderem für den Kampf gegen Desinformation einsetzt und sich als «Stimme der Globalgesellschaft» bezeichnet. Nach eigenen Angaben haben seit der Gründung 2007 schon mehr als 60 Millionen Menschen an Aktionen von Avaaz teilgenommen. Die wichtigsten Erkenntnisse der Studie in Kürze:

■ Facebook habe in den untersuchten Ländern insgesamt 3,8 Milliarden Aufrufe von Falschinformationen zu Gesundheitsthemen zugelassen. Ausgewertet wurden dafür die auf Facebook geteilten Beiträge von 82 Websites und von 42 Facebook-Seiten. Die Zahl bezieht sich auf die gesamte Reichweite der einzelnen Seiten, nicht nur auf jene Posts mit Bezug zu Gesundheitsthemen.

■ Jeweils mehr als 100 Millionen Aufrufe hätten Seiten wie «RealPharmacy», «GreenMedInfo» oder «Dr. Mercola» generiert. Diese und noch viele weitere Seiten sind von Facebook noch nicht daran gehindert worden, Falschinformationen zu verbreiten.

■ Der Algorithmus von Facebook bevorzugt, entgegen den Beteuerungen des Unternehmens, solche Falschinformationen. Inhalte, die emotional oder überraschend sind, erzeugen mehr Likes,

werden häufiger geteilt und erhalten damit mehr Aufmerksamkeit. Nach dieser Logik hat Facebook schon immer funktioniert. Facebook argumentiert stets, die Nutzerinnen und Nutzer würden die Plattform vor allem besuchen, um zu entdecken, was andere Menschen bewege.

■ Die Inhalte der zehn reichweitenstärksten Seiten, die Falschinformationen streuten, erreichten fast vier Mal so viele Aufrufe wie die Beiträge der zehn wichtigsten Gesundheitsorganisationen, darunter die Seiten der Weltgesundheitsorganisation oder des deutschen Bundesministeriums für Gesundheit.

■ Nur 16 Prozent aller analysierten Falschinformationen zu Gesundheitsthemen wurden mit einem Warnhinweis von Facebook versehen. Die restlichen 84 Prozent bleiben, obwohl die Inhalte laut Facebook auf ihre Richtigkeit überprüft wurden, weiter ohne Warnung online.

Avaaz beschreibt zwei Massnahmen, mit denen Facebook die «Infodemie» besser bekämpfen könnte: Erstens müssten rückwirkend Richtigstellungen zu den Faktenchecks veröffentlicht werden. Zweitens solle der Algorithmus «entgiftet» werden, indem er Beiträge mit Falschnachrichten nicht mehr ungenutzt weiterverbreitet. Beides macht Facebook bereits, nur lange nicht so konsequent wie von Kritikern gefordert.

Wie aussagekräftig sind die Ergebnisse überhaupt? Zum einen handelt es

sich bei den Zahlen lediglich um Schätzungen. Facebook weist nicht aus, wie viele Nutzer einen einzelnen Beitrag tatsächlich sehen. Zum anderen ist die Reichweite eines Beitrags ein trügerischer Wert. Sie liefert einen Anhaltspunkt, in wie vielen Timelines der Beitrag theoretisch angezeigt worden ist – und nicht, wie viele Menschen den Beitrag tatsächlich gesehen haben. Wegen dieser Ungenauigkeit gilt die Reichweite in der Medienbranche als unbrauchbar, aussagekräftiger sind Kennzahlen wie Engagement oder Klicks.

## Ein Anfang ist gemacht

Immerhin hat Facebook erkannt, dass die Plattform ein grosses Problem mit Falschnachrichten hat und noch lange nicht am Ziel ist. Ein Sprecher betont auf Anfrage der NZZ: «Die Studie unterschlägt leider all unsere Bemühungen der letzten Monate, Falschinformationen zu bekämpfen.» Alleine von April bis Juni seien weltweit mehr als 15 Millionen Beiträge zu Covid-19 mit einem Warnhinweis versehen sowie 7500 Beiträge entfernt worden, die gesundheitsschädlich sind. Ausserdem wurden Informationen von offiziellen Stellen zum Coronavirus prominent auf der Facebook-Startseite angezeigt.

Seit rund einem Jahr arbeitet Facebook mit Journalisten zusammen, um Beiträge auf der Plattform auf ihre Richtigkeit zu überprüfen. Inzwischen sind 70 Faktenprüfer in 50 Sprachen aktiv, seit

Mai auch in der Schweiz. Ein Blick auf die öffentlich einsehbare Auswertung zeigt, dass in der Schweiz bisher 26 Beiträge mit einem Warnhinweis versehen wurden. In Deutschland sind es mehr als 80 markierte Beiträge innerhalb eines Monats. Facebook betont, dass 95 Prozent der Nutzerinnen und Nutzer das Label auch tatsächlich beachten würden.

Fakt ist auch: Es ist viel einfacher, Falschinformationen zu streuen, als diese zu widerlegen. Die Arbeit von Faktenprüfern ist aufwendig, die Informationen werden nach klar definierten journalistischen Kriterien geprüft und in einem Artikel dargelegt. Der Zeitaufwand unterscheidet sich dabei stark und liegt zwischen ein paar Stunden und mehreren Wochen. Dass Facebook diesen Aufwand nicht scheut und mit seriösen Faktenprüfern wie dem Recherche-Kollektiv Correctiv oder der deutschen Nachrichtenagentur DPA zusammenarbeitet, ist zu begrüssen: Es wäre viel schlimmer, wenn Beiträge auf Verdacht hin gelöscht würden. Trotzdem muss Facebook diesen Weg noch konsequenter weitergehen.

Ausserdem lässt die Studie ausser acht, dass nicht Facebook der Urheber von Falschinformationen ist, sondern die Nutzerinnen und Nutzer selbst. Es gibt unzählige professionelle Akteure, die sich als «kritische Mediziner» oder «Aufklärer» ausgeben, um aus der Krise einen Nutzen zu ziehen. Statt einzelne Beiträge zu jagen, täte Facebook gut daran, die Profile solcher Scharlatane restriktiver zu löschen.

# Mit dem Privatjet in die Ferien

In der Pandemie scheuen viele Leute Linienflüge – manche wechseln zu exklusiveren Alternativen

ANDREAS SPAETH

Die Grenzen innerhalb Europas waren rechtzeitig zu Beginn der Sommerferienzeit weitgehend wieder durchlässig. Doch die Corona-Pandemie hat vielen Menschen, die sich üblicherweise fröhlich in einen engen Ferienflugzeug ans Mittelmeer zwängen, die Lust auf eine Flugreise komplett verdorben. Viele blieben gleich ganz zu Hause, andere begaben sich stattdessen auf eine Ferienreise per Auto.

Allerdings gibt es eine Alternative, die in diesem Corona-Sommer immer mehr Ferienreisende für sich entdeckt haben, zumindest solche, die es sich leisten können: die Miete eines Privatjets. Und ganz offensichtlich wollen sich das unter diesen Umständen viel mehr Menschen leisten als vor der Pandemie.

Die Privatjet-Betreiber haben derzeit so viele neue Kunden wie nie zuvor, und fast alle sind auf dem Weg in die Ferien. «Über Vermittler, sogenannte Broker, bekommen wir gerade 70 oder 80 Prozent Neukunden, fast alles Ferienreisende», berichtet David Bergold, Vice President Sales von Air Hamburg, einem der grössten europäischen Privatjetbetreiber mit 35 eigenen Flugzeugen. «Gerade aus Zürich abfliegend hat es wesentlich mehr Ferienreisende als sonst, der Markt der Geschäftsreisenden dagegen ist massiv eingebrochen.»

## Eine Stunde ab 2700 Franken

Die Corona-Krise belastet die Geschäfte der grossen Fluggesellschaften stark, die selbst im Hochsommer nur einen Bruchteil des üblichen Passagierkaufkommens befördern, was auch für Ferienfluglinien gilt, etwa Edelweiss. Die Privatjetbranche dagegen ist schon fast wieder auf Normalniveau, wenn auch mit anderen Kundenschichten als gewohnt. Am Flughafen Genf, wo sonst vor allem beruflich Reisende mit Privatjets starten, herrscht dagegen im Moment eher Flaute für die Betreiber.

Mit einem Privatjet fliegen ist in Europa nicht billig. Rund 2700 Franken kostet die Flugstunde in der kleinen Cessna Citation CJ2, in die sechs Pas-



Von Schweizer Flughäfen wie St. Gallen-Altenrhein starten mehr Privatjets mit Ferienreisenden als in früheren Jahren.

KEYSTONE

sagiere hineinpassen, die geräumigere Embraer Phenom 300 dagegen schon rund 3500 Franken. «Für eine Reise von Zürich nach Palma de Mallorca und zurück für sechs Passagiere fallen Kosten in Höhe von etwa 17 200 Franken an», rechnet David Bergold von Air Hamburg vor. Interessanterweise sind die Destinationen seiner Privatkunden beinahe die gleichen wie die wichtigsten Zielorte der Ferienflugzeuge – die griechischen Inseln, auch solche wie Paros, wo keine Direktflüge aus der Schweiz landen; die Balearen, Malaga oder Nizza sind im Sommer ebenfalls Hotspots für Privatreisende mit gemieteten Jets.

Die Vorteile in Corona-Zeiten sind offensichtlich: «Bei uns gibt es auf einer Reise nur etwa zwanzig Berührungs-

punkte andere Menschen oder Gegenstände wie Türklinken betreffend, bei kommerziellen Reisen mit Airlines sind es für Passagiere etwa hundert pro Reise», rechnet David Bergold vor. Hier tragen alle Masken, die Passagiere kennen sich, es gibt keine langen Wege durch bevölkerte Flughafenterminals, keine Wartezeiten in Schlangen vor der Sicherheitskontrolle oder am Gate.

«In Europa ist weltweit die Rückkehr des Privatjetgeschäfts am grössten mit 89 Prozent der üblichen Aktivität im Juli/August», sagt Richard Koe von der auf diesen Markt spezialisierten Beratungsfirma Wingx. «In der Schweiz und in Deutschland liegt das Aufkommen nur etwa 5 Prozent unter dem Vorjahreswert und in Österreich sogar 9 Pro-

zent darüber, weil hier die Formel 1 wieder startete.»

Auch in den Zahlen von Wingx zeigt sich, dass beliebte Ferienziele den Ton angeben, «Palma, Cannes und Nizza sind Hotspots, während New York 32 Prozent und Paris 40 Prozent unter Vorjahr liegt», so Koe.

## Luxus-Charter in die Karibik

Es gibt allerdings auch Möglichkeiten, mit Privatjet-Komfort zu reisen, ohne selbst gleich ein ganzes Flugzeug zu mieten. So hat die auf Malta beheimatete Firma AirX neben verschiedenen kleineren Jets auch ein Grossraumflugzeug des Typs Airbus A340-300 im Angebot, wie es auch die Swiss mit 223 Sit-

zen auf Linienflügen einsetzt. AirX dagegen bietet nur 100 Sitze, alle in der Businessclass, die sich in flache Betten verwandeln lassen, plus bequeme Sofas.

Jüngst tat sich AirX für einen Luxus-Charter mit Hotels auf den Malediven zusammen, zuvor flog sie für einen britischen Anbieter von London nach Barbados in der Karibik, einem bevorzugten Luxus-Reiseziel der Briten. Kosten für Hin- und Rückflug: 9000 Franken, plus 360 Franken für einen Corona-Test vorab sowie eine Nacht der Selbstisolation in einem Hotel vor Abreise – plus 14 Tage Quarantäne nach der Rückkehr.

In den USA gibt es sogar eine Möglichkeit, Privatjet-Komfort zu geniessen und dafür weniger zu zahlen als für ein Airline-Economy-Ticket: Die Fluggesellschaft JSX fliegt mit Embraer-ERJ-135/145-Regionaljets, wie sie früher bei der Crossair eingesetzt wurden, an der US-Westküste Luxus-Linienscharter, von Las Vegas bis Seattle und Phoenix, ausserdem in Kalifornien, ab 99 US-Dollar für einen mehr als zweistündigen Flug. Und das in komfortablen Ledersitzen, von privaten Terminals und mit nur 30 Plätzen, während Airlines bis zu 50 Sitze in den gleichen Typ einbauen.

In der Schweiz ist der Basler Veranstalter HL Travel auf individuelle Luxusreisen auch mit Privatjets spezialisiert. «Gerade jetzt ist der Privatjet eine hervorragende Alternative zur Linie», sagt die Mitinhaberin Melanie Frühwirth. Aber noch scheint ihre Kundschaft zögerlich: «Es gibt zwar viele Anfragen, aber leider führen die am Ende oftmals nicht zu einer Buchung», sagt Frühwirth bedauernd.

In Österreich ist man da schon weiter, hier bietet der Privatjet-Betreiber GlobeAir zusammen mit Veranstalter wie Kuoni und TUI exklusive Pauschalreisen mit «Premium»-Ferienflügen an. «Wir freuen uns über die Reaktionen auf dieses neue Angebot», heisst es auch beim Online-Anbieter urlaubswelt.com. Optimistisch sind in dem Fall die Privatjet-Betreiber: «Auch nach Corona werden wir von neuen Kundenschichten profitieren, die Wert auf weniger Risiko legen», ist David Bergold von Air Hamburg überzeugt.