



Tagesschau-Chefsprecher Jan Hofer (links) gab in Bad Staffelstein auch für Sparkassen-Vorstandsvorsitzenden Martin Faber interessante Einblicke in die weltweit vernetzte Nachrichtenwelt.

Foto: Mathes

Keine Chance den Fake News

Als „halb so wild“ bezeichnet Jan Hofer in Bad Staffelstein seine Sorge um gefälschte Nachrichten. Allerdings nur, wenn es weiterhin professionelle Medien gibt.

Von Mathias Mathes

Bad Staffelstein – Wie unterscheidet man Fake News von seriösen Nachrichten? Was ist wichtig in der täglichen Nachrichtenflut auf einer Vielzahl medialer Kanäle, und was nicht? Antworten lieferte Jan Hofer, Chefsprecher der Tagesschau, als Referent beim diesjährigen Wirtschaftstag der Sparkasse Coburg-Lichtenfels am Donnerstagabend in der Adam-Riese-Halle in Bad Staffelstein.

„Halb so wild“ lautete die Botschaft des 69-jährigen Nachrichtenprofis in Sachen Fake News. Falschmeldungen, wie sie bevorzugt im Internet kursieren, seien in der Regel leicht zu erkennen. „Achten sie auf

Rechtschreibfehler“, so Hofers erster Rat. Zudem glänzten einfach gestrickte Fake News nicht gerade mit innerer Logik. Den Machern solcher eher kruden Texte gehe es weniger um aufmerksame Leser, als um das Erregen von Aufmerksamkeit. Klickt ein Internetnutzer eine reißerische oder einfach kuriose Meldung an, könne er beispielsweise gezielt mit Werbung eingedeckt werden.

Nachrichten sollten „mit gesundem Menschenverstand“ hinterfragt werden, so Hofer. Er verwies auf den „Faktenfinder“, ein Internetportal seines Senders ARD, das eine Orientierungshilfe bei der Einordnung von Nachrichten sei. Wichtig sei stets die Nennung von Quellen. Denn wenngleich viele Fake News schnell zu erkennen seien, gebe es mitunter auch recht professionell gemachte Texte, die in die Irre führten. „Es gibt Computerprogramme, mit denen man Nachrichten erstellen kann“, warnte Hofer.

In einer multimedialen Welt haben nach Hofers Auffassung auch die klassischen Formate wie Tageszeitung und Fernsehen weiter ihren

Platz. Die Zeitung etwa habe die Möglichkeit, Sachverhalte ausführlicher zu erklären und zu vertiefen. „Zeitungen sind ein unverzichtbares Mittel zur Information“, so der ARD-Mann. Das Fernsehen setze mit aufwendig produzierten Nachrichtensendungen Meldungen in einen Kontext. Und im Internet seien die klassischen Medien ohnehin schon längst vertreten. „Einer muss ja verlässliche Inhalte ins Netz stellen“, sagte der Chefsprecher.

Die ARD ist multimedial unterwegs. „Wir müssen uns der heutigen Zeit stellen“, betonte er. Rund eine Million Follower habe die ARD bei Instagram. Der Chefsprecher zählt diesen Umstand zu den positiven Seiten der vernetzten Welt. Instagram sei ein Socialmedia-Kanal, der überwiegend von jungen Leuten genutzt werde. Dies zeige, dass junge Menschen durchaus an politischen Themen interessiert seien.

Hofer verhehlte nicht die dunklen Seiten des Internets. Social Media habe zu einer Verrohung der Sprache im politischen und gesellschaftlichen Diskurs beigetragen. Er sei

selbst schon Opfer von Hass und Hämie geworden. Er habe gelernt dies einzuordnen und damit umzugehen.

Schnelle Datenübertragung über Satellit und Internet böten unter dem Strich aber mehr Vor- als Nachteile. Der Informationsfluss erfolge schneller, sodass aktuelle Nachrichten in sehr kurzem Abstand nach einem relevanten Ereignis Verbreitung finden könnten. „Noch vor 25 Jahren hätte es gut eine Woche gedauert, bis uns etwa Bilder von einem Atomunfall in Japan erreicht hätten“, betonte Hofer.

Zur Person

- Jan Hofer, der drei Söhne und eine Tochter hat, lebt in Hamburg.
- Seine Fernsehkarriere begann 1983 im Regionalprogramm des Saarländischen Rundfunks.
- Seit 1985 ist Jan Hofer bei der Tagesschau und schon seit 2004 deren Chefsprecher.
- Neben seiner Tätigkeit als Nachrichtensprecher war er als Moderator tätig, etwa in der Sendung „Rivertoat“, einer Talkshow des MDR.