



Falschinformationen im Kontext des Klimawandels: Wie Journalist:innen und Politiker:innen effektiver reagieren können

Policy Ultra-Brief aus der Psychologie und
angrenzenden Verhaltenswissenschaften
Für politische Akteure in Politik, Verwaltung und Medien
Reihe 1 – Klimaschutz (10/2025)

Autor:innen: **Julian Kauk*¹, Merlin Urban*² & Matthäus Rudolph*²**

¹ Lehrstuhl für Allgemeine Psychologie I, Institut für Psychologie, Friedrich-Schiller-Universität Jena

² Lehrstuhl für Allgemeine Psychologie I, Institut für Psychologie, Friedrich-Schiller-Universität Jena

* geteilte Erstautor:innenschaft

Die Autor:innen erklären, dass keine Interessenkonflikte im Zusammenhang mit diesem Policy Brief bestehen.

doi: <https://doi.org/10.23668/psycharchives.21303>



HINTERGRUND

Falschinformationen im Kontext des Klimawandels können dazu führen, dass Klimaschutzmaßnahmen weniger Unterstützung erhalten oder sogar gezielt untergraben werden. Journalist:innen und Politiker:innen greifen daher häufig zu der Strategie, solche Falschinformationen direkt zu widerlegen. Forschungsergebnisse zeigen jedoch, dass diese auf den ersten Blick plausible Vorgehensweise nicht in allen Fällen wirksam ist. Unter bestimmten Bedingungen kann sie unbeabsichtigt sogar zur weiteren Verbreitung von Falschinformationen beitragen. Wir empfehlen daher, je nach Verbreitungsgrad abgestufte Strategien zu verfolgen, die den Schwerpunkt auf korrekte und vertrauenswürdige Informationen legen und möglichst präventiv wirken – idealerweise, bevor sich Falschinformationen verbreiten.

Falschinformationen – sei es in Form gezielter Desinformation oder unbeabsichtigter Misinformation – können im Kontext des Klimawandels dazu führen, dass Klimaschutzmaßnahmen weniger Unterstützung erfahren oder sogar aktiv untergraben werden [1] (2). Typische Merkmale von Desinformation sind etwa eine negative, emotional aufgeladene und polarisierende Sprache, logische Inkonsistenzen, die Diskreditierung vertrauenswürdiger Quellen, die Vortäuschung falscher Identitäten sowie der Einsatz von *bots* und *trolling* (absichtliches Veröffentlichendes irreführender oder beleidigender Beiträge im Internet [2, 3]) (2).

Viele Journalist:innen und Politiker:innen versuchen, der Verbreitung von Falschinformationen durch Richtigstellungen entgegenzuwirken. Studien zeigen jedoch, dass diese Strategie nicht immer erfolgreich ist. In manchen Fällen kann die wiederholte Thematisierung von Falschinformationen paradoxerweise sogar ihre weitere Verbreitung fördern [4] (1).

Forschungsergebnisse verdeutlichen, dass die Wiederholung von Falschinformationen dazu führt, dass sie besser erinnert werden [5] und später mit höherer Wahrscheinlichkeit als zutreffend eingeschätzt werden (*illusory truth effect*; [6]) (1). Zudem können Falschinformationen das Verhalten von Menschen beeinflussen [7] (1) – selbst dann, wenn ihnen bewusst ist, dass es sich um fehlerhafte Inhalte handelt (*continued influence effect*; [8]) (1). Außerdem

kann die Wiederholung von Falschinformationen ein Klima des Misstrauens fördern und das Vertrauen in gesellschaftliche, politische und mediale Institutionen untergraben [9] (3). Im Bereich des Klimaschutzes reicht bereits die bloße Exposition gegenüber Falschinformationen aus, um die Bereitschaft zu verringern, den eigenen CO₂-Ausstoß zu reduzieren [10] (2).

Falschinformationen können sich – insbesondere durch ihre Wiederholung und in Kombination mit psychologischen Faktoren wie der allgemeinen Tendenz, Informationen im Sinne eigener Überzeugungen zu interpretieren [11] (1) – sehr schnell und mitunter exponentiell verbreiten [12] (2). Für den praktischen Umgang mit Falschinformationen schlagen wir – in Anlehnung an Lewandowsky et al. [4] – eine Einteilung der Verbreitung in drei Phasen vor: Bei einer geringen Verbreitung werden Falschinformationen nur vereinzelt von Einzelpersonen geteilt. Sie zirkulieren in engen Kreisen (z. B. spezifische Online-Foren) und erregen kaum öffentliches Interesse. Bei einer mittleren Verbreitung werden sie wiederholt von mehreren Akteuren geteilt, gewinnen in sozialen Medien an Aufmerksamkeit und gelangen so in den gesellschaftlichen Diskurs, ohne diesen zu dominieren. Bei einer starken Verbreitung verbreiten sie sich über zahlreiche Akteure, Plattformen und Medien hinweg; auch größere (öffentlich-rechtliche) Medienhäuser greifen sie dann auf, um sie zu widerlegen. Anhand dieser Klassifikation lassen sich differenzierte Empfehlungen ableiten, um Falschinformationen effektiv einzudämmen.

HANDLUNGSEMPFEHLUNGEN

Falschinformationen zum Klimawandel können das Vertrauen in wissenschaftliche Erkenntnisse untergraben und die Unterstützung für wichtige Klimaschutzmaßnahmen verringern. Der Umgang damit erfordert eine abgestufte, vorausschauende Strategie, die sich am jeweiligen Verbreitungsgrad orientiert. Aus der Forschung lassen sich – auf Grundlage etablierter theoretischer Modelle [4, 13] – folgende Empfehlungen ableiten:

- **Präventiv gegen Falschinformationen vorgehen:** Unabhängig vom aktuellen Verbreitungsgrad sollte regelmäßig über typische Merkmale von Falschinformationen aufgeklärt werden – etwa durch Kampagnen oder Bildungsangebote. Wenn Menschen zentrale Kennzeichen von Falschinformationen (z. B. provozierende, polarisierende Sprache, logische Brüche oder erfundene Quellen) kennen, können sie diese leichter erkennen und einordnen.
- **Bei geringer Verbreitung beobachten, aber noch nicht eingreifen:** Wenn Falschinformationen nur vereinzelt auftauchen, sollte zunächst auf aktive Gegenmaßnahmen verzichtet werden. Denn auch gut gemeinte Richtigstellungen können unbeabsichtigt zu einer weiteren Verbreitung beitragen – etwa durch die Wiederholung der Falschinformationen. In dieser frühen Phase ist es daher sinnvoll, die Entwicklung aufmerksam zu beobachten und gegebenenfalls Maßnahmen vorzubereiten, die bei Bedarf schnell eingesetzt werden können.
- **Bei mittlerer Verbreitung korrekte Informationen wiederholen:** In diesem Stadium sollte aktiv gegengesteuert werden, indem verlässliche und korrekte Informationen gezielt wiederholt werden. Dabei gilt es zu vermeiden, die Falschinformationen selbst zu wiederholen oder explizit zu benennen, da dies ihre Reichweite fördern könnte. Statt also auf die irreführende Aussage „Treibhausgase verursachen keine Erderwärmung“ einzugehen, sollte klar und faktenbasiert kommuniziert werden: „Treibhausgase tragen zur Erderwärmung bei.“
- **Bei starker Verbreitung Inkonsistenzen aufzeigen und widerlegen:** Erst wenn Falschinformationen weit verbreitet sind, sollten sie gezielt aufgegriffen und widerlegt werden. In diesem Fall ist es wichtig, die Falschinformationen klar als solche zu kennzeichnen und ihre inhaltlichen Schwächen oder Widersprüche sachlich aufzuzeigen. Gleichzeitig sollte die Vermittlung korrekter Informationen im Mittelpunkt bleiben.

Quellen

- [1] Spampatti, T., Hahnel, U. J. J., Trutnewyte, E., & Brosch, T. (2024). Psychological inoculation strategies to fight climate disinformation across 12 countries. *Nature Human Behaviour*, 8(2), 380–398. <https://doi.org/10.1038/s41562-023-01736-0>
- [2] Lazer, D. M. J., Baum, M. A., Benkler, Y., Berinsky, A. J., Greenhill, K. M., Menczer, F., Metzger, M. J., Nyhan, B., Pennycook, G., Rothschild, D., Schudson, M., Sloman, S. A., Sunstein, C. R., Thorson, E. A., Watts, D. J., & Zittrain, J. L. (2018). The science of fake news. *Science*, 359(6380), 1094–1096. <https://doi.org/10.1126/science.aao2998>
- [3] Carrasco-Farré, C. (2022). The fingerprints of misinformation: how deceptive content differs from reliable sources in terms of cognitive effort and appeal to emotions. *Humanities and Social Sciences Communications*, 9(1), 162. <https://doi.org/10.1057/s41599-022-01174-9>
- [4] Lewandowsky, S., Cook, J., Ecker, U., Albarracín, D., Amazeen, M., Kendou, P., Lombardi, D., Newman, E., Pennycook, G., Porter, E., & al. (2020). The debunking handbook 2020. *Databrary*. Abgerufen am 30. September, 2025 von <https://databrary.org/volume/1182>
- [5] Fazio, L. K., Brashier, N. M., Keith Payne, B., & Marsh, E. J. (2015). Knowledge does not protect against illusory truth. *Journal of Experimental Psychology: General*, 144(5), 993–1002. <https://doi.org/10.1037/xge0000465>
- [6] Pennycook, G., Cannon, T. D., & Rand, D. G. (2018). Prior Exposure Increases Perceived Accuracy of Fake News. *Journal of Experimental Psychology: General*, 147(12), 1865–1880. <https://doi.org/10.1037/xge0000465>
- [7] Bruns, A., Harrington, S., & Hurcombe, E. (2020). ‘Corona? 5G? or both?’: the dynamics of COVID-19/5G conspiracy theories on Facebook.

Media International Australia, 177(1), 12–29.

<https://doi.org/10.1177/1329878X20946113>

[8] Walter, N., & Tukachinsky, R. (2019). A Meta-Analytic Examination of the Continued Influence of Misinformation in the Face of Correction: How Powerful Is It, Why Does It Happen, and How to Stop It? *Communication Research*, 47(2), 155–177. <https://doi.org/10.1177/0093650219854600>

[9] Reglitz, M. (2022). Fake News and Democracy. *Journal of Ethics and Social Philosophy*, 22(2), 162–187.

<https://doi.org/10.26556/jesp.v22i2.1258>

[10] Jolley, D., & Douglas, K. M. (2014). The social consequences of conspiracy: Exposure to conspiracy theories decreases intentions to engage in politics and to reduce one’s carbon footprint. *British Journal of Psychology*, 105(1), 35–56. <https://doi.org/10.1111/bjop.12018>

[11] Ecker, U. K. H., Lewandowsky, S., Cook, J., Schmid, P., Fazio, L. K., Brashier, N., Kendou, P., Vraga, E. K., & Amazeen, M. A. (2022). The psychological drivers of misinformation belief and its resistance to correction. *Nature Reviews Psychology*, 1(1), 13–29. <https://doi.org/10.1038/s44159-021-00006-y>

[12] Kauk, J., Kreysa, H., & Schweinberger, S. R. (2021). Understanding and countering the spread of conspiracy theories in social networks: Evidence from epidemiological models of Twitter data. *Plos One*, 16(8), e0256179. <https://doi.org/10.1371/JOURNAL.PONE.0256179>

[13] van der Linden, S. Misinformation: susceptibility, spread, and interventions to immunize the public. *Nature Medicine*, 28, 460–467 (2022). <https://doi.org/10.1038/s41591-022-01713-6>

Bildquelle: ChatGPT (2025)

Zitation: Kauk, J., Urban, M. & Rudolph, M. (2025). Falschinformationen im Kontext des Klimawandels: Wie Journalist:innen und Politiker:innen effektiver reagieren können. In W. Hofmann, A.-K. Hosch, J.-H. Huttarsch, E. Matthies, E.-L. Brakemeier & C. Betsch (Hrsg.), *Policy Ultra-Briefs aus der Psychologie und angrenzenden Verhaltenswissenschaften, Reihe 1 - Klimaschutz*. <https://doi.org/10.23668/psycharchives.21303>

Auf Initiative der Interessensgruppe „Mensch, Klima, Nachhaltigkeit“ der Deutschen Gesellschaft für Psychologie, der Fachgruppe Umweltpsychologie und mit Unterstützung des Netzwerks Behavioral Science Connect