

## Berichte über die Maßnahmen im Januar und Februar

Die Kommission veröffentlicht heute die jüngsten Berichte, die die Unterzeichner des Verhaltenskodex zur Bekämpfung von Desinformation über ihre laufenden Bemühungen zur Eindämmung von Desinformation im Zusammenhang mit COVID-19 und Impfungen bereitstellen. Aufgrund ihrer Maßnahmen zur Bekämpfung von Desinformation über den Krieg in der Ukraine forderten die Unterzeichner mehr Zeit für die Umsetzung des verbesserten Verhaltenskodex.

Die COVID-19-Krise und die Aggression der Russischen Föderation gegen die Ukraine zeigen gut die Bedrohungen und Herausforderungen, die Desinformation für unsere Gesellschaften mit sich bringt. Die derzeitigen und potenziellen Unterzeichner des Kodex sind stark daran beteiligt, dringend Maßnahmen zur Eindämmung von Desinformation im Zusammenhang mit dem Krieg in der Ukraine zu ergreifen. Dies hat sich auf den Prozess der Ausarbeitung des Kodex ausgewirkt, so dass die derzeitigen und künftigen Unterzeichner des Kodex darauf hingewiesen haben, dass sie mehr Zeit benötigen werden, um die Überarbeitung des Kodex abzuschließen. Gleichzeitig liefert die Krise auch einen wertvollen Beitrag zu der Art von Maßnahmen, die erforderlich sind, um einer solchen beispiellosen und ernststen Desinformationswelle zu begegnen. Daher forderte die Kommission die Plattformen auf, dafür zu sorgen, dass Lehren aus dem derzeitigen Kontext gezogen und in einen überarbeiteten Kodex einfließen, der zukunftssicher ist.

Da Desinformation im Zusammenhang mit COVID-19 nach wie vor ein großes Problem darstellt, veröffentlicht die Kommission heute die Berichte des COVID-19- Überwachungsprogramms über die Maßnahmen, die TikTok, Twitter, Meta, Microsoft und Google im Januar und Februar 2022 zur Bekämpfung dieser Desinformation ergriffen haben.

### Bekämpfung von Desinformation im Zusammenhang mit COVID-19

Die Plattformen berichten im Januar und Februar über ihre aktualisierten Strategien und Initiativen zur Eindämmung der Verbreitung von Desinformation im Zusammenhang mit COVID-19, z. B.:

- TikTok meldete einen Anstieg (+ 18 499) bei Videos mit COVID-Tags (46 920) im Januar 2022 gegenüber Dezember 2021 und einen starken Rückgang auf 20 620 im Februar markierte Videos. Die Videos mit dem COVID-19-Impfstoff waren im Januar stattdessen 450 960 (+ 185 201 ab Dezember) und gingen im Februar auf 196 449 zurück. TikTok weist darauf hin, dass der Anstieg im Januar durch die Omicron-Welle verursacht wurde, während der Rückgang im Februar aufgrund der schrittweisen Aufhebung der COVID-19-Beschränkungen in vielen Mitgliedstaaten erfolgte.
- Im Januar hat Twitter eine Funktion auf Spanien ausgeweitet, die es Nutzern ermöglicht, Falschinformationen, mit denen sie auf der Plattform konfrontiert sind, einschließlich COVID-19-Fehlinformationen (zuvor nur in den USA, Australien und Südkorea verfügbar) zu melden. Darüber hinaus berichtete Twitter über die Aussetzung von 2353 Konten im Januar (+ 1 487 im Vergleich zum Dezember) und die Entfernung von 3 397 Inhalten (-1 162) sowie die Aussetzung von 336 Konten und die Entfernung von 1 828 Inhalten im Februar wegen Verstößen gegen die COVID-19-Informationspolitik. Im Februar startete Twitter eine neue Seite des Help Centre Page,

in der die Strategien und Bemühungen von Twitter zur Bekämpfung irreführender Informationen konsolidiert werden. Twitter hat auch die Verwendung transparenterer staatlich verbundener Etiketten auf weitere Länder (z. B. Deutschland, Italien, Spanien) ausgeweitet. Twitter hat damit begonnen, auf Tweets, die zu staatlichen Medien verlinkt sind, Etiketten in Bezug auf Inhalte, die mit der Ukraine in Zusammenhang stehen, hinzuzufügen.

- Meta berichtet, dass im Januar 2022 20 Millionen Besucher aus der EU das COVID-19-Informationszentrum besuchten (+ 4 Millionen gegenüber Dezember 2021). Im Februar ging diese Zahl auf 9,9 Millionen zurück. Auf Ersuchen der Kommission berichtet Meta nun getrennt über die Maßnahmen von Facebook und Instagram und berichtet, dass sie im Januar mehr als 142 000 Inhalte von Facebook und mehr als 7 800 Stück von Instagram und mehr als 60 000 Inhalte von Facebook und über 16 000 von Instagram in der EU entfernt habe, weil sie gegen unsere Politik der Falschinformation im Zusammenhang mit COVID-19 und Impfstoffen verstoßen habe.
- Microsoft hat einen Tracker eingerichtet, der Websites zur Veröffentlichung von COVID-19-Fehlinformationen identifiziert, die in Frankreich, Deutschland und Italien verfügbar sind. In Partnerschaft mit Newsguard hat der Tracker bislang 547 solcher Websites weltweit ermittelt. Das COVID-19-Erlebnisplay auf Bing bei der Suche nach Begriffen im Zusammenhang mit COVID-19 hatte im Januar und Februar 3 016 296 Besuche (-1 787 114 im Vergleich zum vorherigen Berichtszeitraum). Microsoft berichtet ferner, dass es einige COVID-19-bezogene Impfwerbung von Behörden zugelassen habe, die zwischen Januar und Februar 1 984 022 Eindrücke mit 112,734 Klicks in der EU generiert habe.
- Seit Januar hat Google mehr als 103,5 Millionen COVID-19-bezogene Werbeanzeigen aus den EU-Märkten für Verstöße gegen die Politik, einschließlich Betrug und Fehlinformationen über Kuren und gefälschte Impfstoffe, gesperrt oder entfernt.

Das COVID-19-Überwachungsprogramm läuft bis Juni 2022 und enthält Berichte über die im März und April ergriffenen Maßnahmen.

## Downloads

Google COVID-19 report January February  
Herunterladen



Meta COVID-19 Monitoring January February  
Herunterladen



Microsoft COVID-19 Monitoring January February  
Herunterladen





TikTok COVID-19 Monitoring January February  
Herunterladen



Twitter COVID-19 monitoring January February  
Herunterladen

## **Zugehörige Themen**

Medien Desinformation

---

**Source URL:** <https://digital-strategy.ec.europa.eu/library/reports-january-and-february-actions>