Mittwoch, 07. August 2024, 17:00 Uhr
~9 Minuten Lesezeit

Deutsche Propaganda-Agentur

Das Projekt „Jahr der Nachricht“ tarnt Regierungsmeinungen als objektiven Journalismus und zielt insbesondere auf jugendliche Medienkonsumenten ab.

von Felix Feistel
Foto: Andrea Piacquadio/Pexels.com

Mit aggressiven Werbeclips wirbt die gemeinnützige GmbH „UseTheNews“ für ihre Initiative „Jahr der

Nachricht". Diese wurde ins Leben gerufen, um „Desinformation" zu bekämpfen, und richtet sich in erster Linie an ein junges Publikum, das soziale Netzwerke nutzt, jedoch nicht die öffentlich-rechtlichen Medien. Die Regierungsbotschaften sollen nun über diesen Weg in die Köpfe der jungen Menschen gehämmert werden. Dahinter stehen das Bundesinnenministerium und die Deutsche Presse-Agentur (dpa).

Als ich vor einiger Zeit seit Langem mal wieder im Kino war, erwartete ich zu Beginn die übliche Werbung. Die kam auch, doch zusätzlich wurde ein in Schwarz-Weiß gehaltener Clip eingespielt, in dem sich verschiedene junge Menschen, die als Journalisten vorgestellt wurden, gegen „Fake News" aussprachen. „Fake News gehören gekickt", sagte unter anderem die als Fußballspielerin und „Content Creatorin" vorgestellte junge Jeannie Wagner. Die Botschaft war klar: Allem, was als „Fake News" bezeichnet wird, soll der Kampf angesagt werden. Unterschrieben war der Spot von einer Initiative, die sich „Jahr der Nachricht (https://www.jahrdernachricht.de/)" nennt.

Der Internetauftritt dieser Initiative stößt ins gleiche Horn. „Vertraute Nachrichten, die stimmen, statt Stimmung machen" wird da beispielsweise gefordert. Zur Erklärung des Anlasses des „Jahres der Nachricht" erklärt die Seite:

„In Zeiten sozialer Medien, inflationärer Botschaften und einer daraus resultierenden schwindenden Aufmerksamkeit bedienen sich immer mehr Privatpersonen und unseriöse Medien unlauterer Werkzeuge: Clickbaiting-Schlagzeilen reißen Dinge aus dem Kontext.

Propaganda-Videos werden geteilt, ohne zu prüfen, ob sie von seriösen Quellen stammen. Lügen und Fakes werden unentwegt produziert und ungefiltert verbreitet.“

Auch das Ziel wird eindeutig erklärt:

„Innerhalb der Gen Z, aber auch in der gesamtdeutschen Bevölkerung, möchten wir auf die oben genannten Herausforderungen aufmerksam machen. Wir wollen den wirklich seriösen Medien eine Plattform geben – weil sie es sind, die Nachrichten liefern, die den Namen auch verdient haben. Auf diese Weise streben wir über alle Bildungs- und Altersschichten hinweg eine Nachrichtenkompetenz an, die als Garant für eine faktenbasierte Meinungsbildung gilt und damit eine wesentliche Grundlage unserer Demokratie darstellt. Denn nur der kompetente Umgang mit echten Nachrichten schützt unsere Gesellschaft vor Manipulation und Desinformation.“

Es ist also der Kampf gegen die Desinformation, der hier wieder einmal vorangetrieben werden soll. Doch welche Medien sind gemeint, wenn von „wirklich seriösen“ Medien die Rede ist? Geht es um seriöse Medienportale wie ***Manova*** (https://www.manova.news/), ***Multipolar*** (https://multipolar-magazin.de/) oder ***apolut*** (https://apolut.net/), die sich in den vergangenen Krisenjahren bemüht haben, die Menschen aufzuklären, Hintergründe darzulegen und aufzudecken? Und wenn von Desinformation die Rede ist, geht es dann um die irreführende, manipulative Berichterstattung der öffentlich-rechtlichen und der Privatmedien, die vor Einseitigkeit, Moralismus und Intoleranz nur so strotzen?

Die Botschaften auf der Seite sind in dieser Hinsicht sehr wenig aussagekräftig und gelangen nicht über Allgemeinplätze und Worthülsen hinaus. Hilfreich ist da ein Blick in die weitere Selbstbeschreibung. Das Jahr der Nachricht ist, so erfährt man, eine Aktion der Initiative des Trust Projects „Trust in News“. Hinter

diesem Anglizismus steht, ebenfalls leicht zu erfahren, die *Deutsche Presse-Agentur*.

> ***Die dpa, der Monopolist der Nachrichtenagenturen in Deutschland, ist eine privatwirtschaftlich organisierte GmbH. Ihr primäres Ziel ist damit der Profit, nicht „die Wahrheit", was auch immer das sein soll.***

UseTheNews ist eine gemeinnützige Tochtergesellschaft, eine gGmbH, die wiederum das Jahr der Nachricht aufgelegt hat. **Verantwortlich für *UseTheNews*** (https://www.jahrdernachricht.de/impressum) ist Meinolf Ellers, lange Jahre bei der *dpa* und nun zu dieser neuen Tochter versetzt, wo er auch für das „Jahr der Nachricht" verantwortlich zeichnet.

Gefördert wird das Projekt auch von der Bundesregierung; diesmal nicht, wie man vermuten könnte, unter dem Label von „Demokratie leben" aus dem Familienministerium, sondern aus dem Faeser'schen Innenministerium sowie der Bundeszentrale für Politische Bildung (bpb).

Damit ist die Stoßrichtung klar, denn aus dem Innenministerium wird schon länger gegen sogenannte Desinformation mobilgemacht. Dieser wird der Krieg erklärt, sie muss mit allen Mitteln bekämpft werden. Dazu werden im Rahmen des „Demokratieförderungsgesetzes" auch Organisationen der sogenannten Zivilgesellschaft unterstützt, um sie gegen diese Desinformation in Stellung zu bringen und sie lautstark dagegen anreden zu lassen. In den Sinn kommen hier beispielsweise die Amadeu Antonio Stiftung, das Zentrum Liberale Moderne oder der Volksverpetzer, allesamt vom **Bundesfamilienministerium** (https://dserver.bundestag.de/btd/20/109/2010952.pdf) gefördert, bald voraussichtlich auch vom Innenministerium.

> ***Desinformation, das ist in der Lesart von Nancy Faeser***

> ***und dem Vorsitzenden des Verfassungsschutzes, Thomas Haldenwang, jede Information, die dem Regierungsnarrativ widerspricht.***

So waren beispielsweise das Schadenspotenzial der sogenannten Coronaimpfungen, das Infragestellen einer Pandemie sowie der Verhältnismäßigkeit der Maßnahmen oder die Hintergründe des Krieges in der Ukraine sogenannte Desinformation.

Die grüne Bundestagsabgeordnete Irene Mihalic **erklärte** (https://freedert.online/kurzclips/video/201390-gruenenabgeordnete-ueber-abhoerskandal-desinformationen-koennen/) dazu zutreffend, dass Desinformation nichts mit „Fakes News oder so" zu tun hat, sondern durchaus auch die Wahrheit sein kann. Es ist lediglich eine Wahrheit, die der Propaganda der Regierung widerspricht, sie entkräftet oder aus irgendwelchen anderen Gründen gerade nicht passend ist. Der „Kampf gegen Desinformation" ist damit ein Kampf gegen jede Form der Opposition, jeden Fakt, jede Erkenntnis, welche die Regierungspropaganda als offenkundige Lügen entlarvt.

Dieser Kampf gegen Desinformation ist dabei kein Programm ausschließlich der deutschen Bundesregierung. Er wird auf allen politischen Ebenen geführt. Auch in der EU wird dieser **Kampf gegen Desinformation** (https://apolut.net/bullshit-totalitarismus-von-felix-feistel/) beispielsweise in Form des „Digital Services Act" und des „Medienfreiheitsgesetzes" geführt. Hier werden seit diesem Jahr große soziale Netzwerke dazu gezwungen, Inhalte zu löschen, die den Regierenden missfallen. Eines Gesetzes hätte es dazu freilich nicht bedurft, denn schon während der Coronazeit wurde fleißig zensiert.

Auch die Weltgesundheitsorganisation (WHO) in ihrem Pandemievertrag und die Vereinten Nationen (UN) unter dem Stichwort **„Our Common Agenda"**

(https://www.un.org/sites/un2.un.org/files/our-common-agenda-policy-brief-information-integrity-en.pdf) haben sich dem „Kampf gegen Desinformation“ verschrieben. Da auf diesen Ebenen das Agenda-Setting stattfindet, das dann von den Staaten nur noch umgesetzt wird, geht der globale Zensurversuch auf diese Ebenen zurück. Auch das Weltwirtschaftsforum (WEF) stimmt in den Chor der **Zensurforderungen** (https://tkp.at/2023/11/27/wef-und-un-wollen-mehr-zensur-im-internet/) mit ein.

Ein Angriff auf die Informationsfreiheit

Das „Jahr der Nachricht“ ist also ein weiterer Baustein eines weitaus größeren Angriffs auf oppositionelle Medien und Informationen, die der Agenda der Herrschenden im Wege stehen. Dass die *dpa*, eine Nachrichtenagentur, sich dafür instrumentalisieren lässt, ist keine Überraschung. Denn bei ihr handelt es sich um eine GmbH, die profitorientiert ist. Durch die unabhängigen Medien im Internet wurde das Monopol der großen Medienhäuser faktisch gebrochen, und damit ist auch das Geschäft der *dpa* gefährdet, die an diese Medien verkauft. Die Auflagen und Einschaltquoten der großen Medien befinden sich seit Jahren im **Sinkflug** (https://de.statista.com/themen/5345/printmedien-in-europa/#:%7E:text=Insbesondere%20die%20Auflagenzahlen%20der%20Presseerzeugnisse,11%2C5%20Millionen%20Exemplare%20gefallen.). Die *dpa* verfolgt also wahrscheinlich zumindest auch das Ziel, lästige Konkurrenz auszuschalten und den eigenen Markt zu retten.

Dass die *dpa* es dabei mit der Wahrheit selbst nicht immer allzu genau nimmt, wurde in der Vergangenheit schon häufiger kritisiert. Etwa in dem Artikel „**Lehnt *dpa* die Realität eigentlich ab, oder hält sie sie nur für nicht notwendig?** (https://carta.info/lehnt-dpa-die-realitat-eigentlich-ab-oder-halt-sie-sie-nur-fur-nicht-notwendig/)“ von Michalis Pantelouris aus dem Jahr 2012. Darin

macht er auch darauf aufmerksam, dass die Berichte der *dpa* in der Regel ohne nähere Prüfung von allen Medien übernommen werden, was auf die Möglichkeit des Agenda-Settings verweist, welches die *dpa* durch ihre Marktmacht betreiben kann und auch tut. Zudem wurde der *dpa* schon in den 1970er-Jahren eine **zu große Regierungsnähe vorgeworfen** (https://de.wikipedia.org/wiki/Deutsche_Presse-Agentur#Marktstellung_und_Manipulation), die sich durch die Finanzierung aus dem Innenministerium bestätigt.

Nun kämpft die *dpa* also gegen „Desinformation". Sehr besorgt zeigt sich die Initiative, dass angeblich 62 Prozent der 12- bis 19-Jährigen gelegentlich mit **Fake News in Berührung kämen** (https://documents.usethenews.de/cms/dpa_Use_The_News_Desinformation_erkennen_ef003d5d7a.pdf). Folgerichtig zielt das „Jahr der Nachricht" vor allem auf junge Menschen ab; die Initiative konzentriert sich auf **soziale Netzwerke** (https://www.usethenews.de/de/social-news-daily). Sie betreibt dort eine **„interaktive News-Show"** (https://www.jahrdernachricht.de/#angebote) und sucht außerdem nach Teilnehmern für eine Studie, mit der sie herauszufinden versucht, wen sie mit ihren Angeboten überhaupt erreicht. Zudem gibt es die Kampagne, sich sein eigenes Profilbild zu kreieren, auf dem „Facts statt fakes" steht. Hintergrund könnte dabei auch sein, dass die traditionellen Medien wie ARD und ZDF gerade unter den jungen Menschen **besonders wenige Zuschauer** (https://www.dwdl.de/zahlenzentrale/4805/wenig_und_weniger_junge_zuschauer_fr_ard_und_zdf/?utm_source=&utm_medium=&utm_campaign=&utm_term=) haben. Über ein Social-Media-Projekt der *dpa* versucht man daher seitens der Regierung, seine Propaganda auch an dieses Publikum zu bringen und es zugleich von den „bösen Alternativmedien" fernzuhalten.

> ***Dabei wird vor „Desinformation" gewarnt, ohne zu***

> ***definieren, was Desinformation überhaupt sein soll. Kein Wunder, denn der Begriff ist kraft Natur seiner Benutzung schwammig und muss es auch sein, da man ihn sonst nicht als Waffe gegen unwillkommene Informationen einsetzen könnte.***

Es wird lediglich auf einige Aspekte hingewiesen, wie etwa die Gefahr der Spaltung der Gesellschaft durch Desinformation. Dass dies auch auf die öffentlich-rechtlichen Medien Anwendung findet, etwa wenn Sarah Borsetti einen Teil der Bevölkerung öffentlich als „Blinddarm“ bezeichnet, sollte einem aufgeweckten Rezipienten nicht entgehen. Es spielt jedoch für die mediale Kampagne keinerlei Rolle.

Auch auf **Faktenchecker** (https://www.jahrdernachricht.de/#angebote) wird verwiesen. Dabei zeigt man sich irritiert, dass die meisten Jugendlichen diese Faktenchecker überhaupt nicht nutzen. Ob diese Kampagne überhaupt jemandem auffällt, ist jedoch eher fraglich. So musste sie auch in Form von aggressiven Werbeclips ins Kino gebracht werden, um auf sie aufmerksam zu machen.

Kosten lässt sich das Innenministerium dieses Projekt **eine Million Euro** (https://norberthaering.de/propaganda-zensur/jahr-der-nachricht/) für den Zeitraum November 2023 bis November 2024. Auf diese Weise erzieht das Innenministerium zur regierungsfreundlichen Berichterstattung und schwingt sich zum Richter über wahr und falsch auf, und das zum eigenen Nutzen. Zudem könnte man von einer „Wettbewerbsverzerrung“ im Medienbereich sprechen.

Zusätzlich ist *UseTheNews* seit vergangenem Jahr an **Schulen** (https://www.bdzv.de/service/presse/branchennachrichten/2023/foerderung-von-nachrichten-und-medienkompetenz-usethenews-startet-angebot-fuer-partnerschulen?

sword_list%5B0%5D=schule&no_cache=1) unterwegs, um dort „Medienkompetenz“ zu fördern. Dazu wird den Schülern neben „wissenschaftlichen“ Studien eine App zugänglich gemacht, welche sie mit für Jugendliche „relevanten“ Nachrichten versorgt. Damit soll ein bundesweites Netzwerk von Partnerschulen aufgebaut und die Propaganda direkt in die Köpfe der Kinder und Jugendlichen gebracht werden — ein Umstand, der angesichts der Neutralitätspflicht der Schulen und Lehrer sowie des Überwältigungsverbotes eigentlich nicht erlaubt sein dürfte. Aber genau das ist der Grund, aus dem man diese Form der Beeinflussung schulexternen „Partnern“ überlässt.

Der Kampf gegen oppositionelle Medien findet überall statt. Er wird in Form von Beeinflussungs- und Propagandakampagnen an Schulen und in den sozialen Netzwerken geführt, er wird über die ökonomische Beeinflussung in Form von **Kontenkündigungen** (https://multipolar-magazin.de/artikel/de-banking), durch Verbote einzelner Medien und mittels Gesetzen, welche die Arbeit und Verbreitung oppositioneller Medien einschränken, auch auf rechtlicher Ebene geführt.

Der moderne Schulterschluss von Politik und Medien findet damit längst statt; er dient den Interessen des auf Ebene der UN und des WEF ausgerufenen Stakeholder-Kapitalismus und soll jeden Widerstand und jeden Widerspruch unmöglich machen. Die *dpa* lässt sich dabei aus Profitinteressen und einer klebrigen Nähe zur Regierung benutzen — auch, um ihre Konkurrenz auszuschalten.

Felix Feistel, Jahrgang 1992, studierte

Rechtswissenschaften mit dem Schwerpunkt Völker- und Europarecht. Schon während seines Studiums war er als Journalist tätig; seit seinem Staatsexamen arbeitet er hauptberuflich als freier Journalist und Autor. So schreibt er für **manova.news** (https://www.manova.news/), **apolut.net** (https://apolut.net/), **multipolar-magazin.de** (https://multipolar-magazin.de/) sowie auf seinem eigenen **Telegram-Kanal** (https://t.me/Felix_Feistel). Eine Ausbildung zum Traumatherapeuten nach der Identitätsorientierten Psychotraumatheorie und -therapie (IoPT), erweiterte sein Verständnis von den Hintergründen der Geschehnisse auf der Welt.