

NICO STINO

DIE UNSICHTBARE HAND

PROPAGANDA, MACHT UND MANIPULATION
VON DER GESCHICHTE BIS ZUR ALGORITHMUS-ÄRA



WER DIE INFORMATIONEN KONTROLLIERT,
KONTROLLIERT DIE REALITÄT.



DIE UNSICHTBARE HAND

Propaganda im 21. Jahrhundert



Über dieses Buch

Was geschieht mit einer Gesellschaft, wenn nicht mehr die Wahrheit, sondern die Aufmerksamkeit zur wertvollsten Währung wird? Dieses Buch ist eine Reise durch dreitausend Jahre Verführung – von den Höhlen von El Castillo bis in die Serverfarmen der Gegenwart, von der Rütliwiese bis in die Redaktionsräume der Pandemie. Es erzählt: Warum Propaganda nicht mit Goebbels begann.

Weshalb die Schweiz ihre eigene Form der Propaganda entwickelte.

Wie Geschichten ganze Nationen erschaffen.

Warum soziale Medien keine neutralen Plattformen sind.

Wie Algorithmen unsere Aufmerksamkeit steuern.

Warum die Medien in der Pandemie ihre Unabhängigkeit aufs Spiel setzten.

Weshalb künstliche Intelligenz die mächtigste Propagandamaschine der Geschichte werden könnte.

Und es endet mit einer Erkenntnis, die unbequemer ist als jede Verschwörung: Der grösste Erfolg moderner Propaganda besteht womöglich nicht darin, Menschen von einer Lüge zu überzeugen – sondern darin, sie glauben zu lassen, dass Wahrheit gar nicht mehr existiert.

Vier Wirklichkeiten, ein Wohnzimmer.

IM FERNSEHEN



IN DEN SOZIALEN MEDIEN



IN MEINEM KOPF



IN DER REALITÄT



Inhalt

Prolog: Vier Wirklichkeiten, ein Wohnzimmer	8
Kapitel 1: Die älteste Kunst	10
Kapitel 2: Totaler Krieg, totale Erzählung	16
Kapitel 3: Der geteilte Himmel	22
Kapitel 4: Die Propaganda des Vertrauens – ein Schweizer Sonderweg	26
Kapitel 5: Das Theater der Untertanen	32
Kapitel 6: Die Kunst und die Macht	36
Kapitel 7: Das Ende der Torwächter	42
Kapitel 8: Die Angst als Botschaft – vom Golfkrieg zum Islamischen Staat	46
Kapitel 9: Die unsichtbaren Architekten	50
Kapitel 10: Der gläserne Wähler	54
Kapitel 11: Die leise Propaganda des Alltags	58
Kapitel 12: Das Virus und die Geschichte	62
Kapitel 13: Systemrelevant – die Medien in der Pandemie	66
Kapitel 14: Die neuen Zensoren – Löschen, Drosseln, Verbergen	76
Kapitel 15: Die Drehtür – wohin die Verantwortlichen gingen	82
Kapitel 16: Krieg der Bilder	88
Kapitel 17: Die Maschine spricht	92
Kapitel 18: Warum wir glauben	96
Kapitel 19: Die letzte Verteidigungslinie	100
Kapitel 20: Demokratie ohne gemeinsame Wirklichkeit?	104
Epilog: Die letzte Lüge	108

Vier Wirklichkeiten, ein Wohnzimmer

Ein Mittwochabend in Winterthur, kurz nach acht. Draussen fällt Regen auf die Gleise, drinnen brennt eine einzige Lampe. Vier Menschen sitzen um einen Esstisch, auf dem noch die Teller vom Abendessen stehen. Niemand spricht. Alle vier blicken nach unten, in das bläuliche Licht ihrer Bildschirme.

Der Vater, sechzig, liest einen Kommentar über die Rentenreform. Der Text bestätigt, was er seit Jahren ahnt: dass die da oben die kleinen Leute vergessen haben. Die Mutter scrollt durch eine Gruppe, in der besorgte Eltern Studien über Bildschirmzeit teilen, geschrieben von Instituten, die keiner kennt. Der Sohn, neunzehn, sieht ein Video über den Krieg. Es ist dreiundzwanzig Sekunden lang, unterlegt mit dramatischer Musik, und es zeigt – was eigentlich? Er weiss es nicht genau, aber er fühlt es sofort. Die Tochter, fünfzehn, sieht ein Mädchen ihres Alters, das erklärt, wem man nicht mehr glauben darf. Vier Menschen, ein Tisch, eine Familie. Und vier Wirklichkeiten, die sich an diesem Abend ein wenig weiter voneinander entfernen – lautlos, freundlich, endgültig.

Dieses Buch handelt von der Kraft, die diese vier Wirklichkeiten erschafft. Man hat ihr im Laufe der Jahrhunderte viele Namen gegeben: Verkündigung, Aufklärung, Volksaufklärung, Öffentlichkeitsarbeit, Kommunikation, Content. Ihr ältester und ehrlichster Name aber lautet: Propaganda.

Propaganda ist nicht das Megafon des Diktators. Sie ist nicht das vergilbte Plakat im Geschichtsbuch, nicht der Marschtritt in der Wochenschau. Das alles sind nur ihre Sonntagskleider. An Werktagen trägt sie Jeans. Sie sieht aus wie ein Newsfeed, wie eine Push-Meldung, wie ein Video, das «dir gefallen könnte». Sie riecht nicht nach Druckerschwärze, sondern nach gar nichts. Und genau darin liegt ihre Vollendung: Propaganda ist am wirksamsten, wenn niemand sie als solche erkennt – am allerwenigsten der, der sie gerade konsumiert. Die zentrale Frage dieses Buches ist einfach zu stellen und schwer auszuhalten: Was geschieht mit einer Gesellschaft, wenn nicht mehr Wahrheit ihre wertvollste Währung ist, sondern Aufmerksamkeit?

Denn das ist die eigentliche Revolution unserer Zeit. Jahrhundertlang kämpften Mächte darum, was die Menschen glauben. Heute genügt es, zu bestimmen, wohin sie schauen. Wer die Aufmerksamkeit lenkt, muss niemanden mehr überzeugen. Er muss nur dafür sorgen, dass bestimmte Dinge gross erscheinen und andere gar nicht erst vorkommen. Die wirksamste Zensur des 21. Jahrhunderts verbietet nichts. Sie ertränkt.

Wir werden in diesem Buch weit zurückgehen – in Höhlen, Kathedra-
len, Druckereien und Schützengräben – und wir werden sehr nah her-
ankommen: an Redaktionstische in Zürich, an Serverfarmen in Irland,
an Telegram-Gruppen in Sachsen, an Abstimmungskämpfe im Aar-
gau, an eine Regierungszentrale in Wien, in der Kommunikation wich-
tiger wurde als Politik. Wir werden nicht fragen, wer die Guten und
wer die Bösen sind. Diese Frage ist bequem, und Bequemlichkeit ist
die Einstiegsdroge jeder Manipulation. Wir werden fragen: Wie funk-
tioniert es? Warum wirkt es? Und warum wirkt es auch bei mir?
Denn das ist die unbequemste Wahrheit gleich zu Beginn: Propaganda
ist immer das, was die anderen konsumieren. Niemand hält sich selbst
für ihr Opfer. Genau deshalb sind wir es alle.

Wenn Sie beim Lesen dieses Buches nur ein einziges Mal denken: «Das
betrifft mich nicht» – dann lesen Sie diesen Satz noch einmal.



Die älteste Kunst

Wittenberg, im Winter 1517. In der Werkstatt des Druckers Johann Rhau-Grünenberg riecht es nach Russ, Leim und heissem Metall. Ein Geselle hebt einen Bogen aus der Presse, noch feucht, die Lettern glänzen. Auf dem Papier: Thesen eines Mönchs, der die Missstände seiner Kirche anprangert. Der Drucker weiss nicht, dass er gerade Geschichte vervielfältigt. Er weiss nur: Das Ding verkauft sich. In vierzehn Tagen wird der Text in Basel sein, in vier Wochen in ganz Europa. Kein Bote der Weltgeschichte war je so schnell wie diese Presse. Und keiner so gleichgültig gegenüber dem, was er trägt.

Wer verstehen will, warum uns ein TikTok-Video in dreiundzwanzig Sekunden in Wut versetzen kann, muss dort anfangen, wo Menschen zum ersten Mal Zeichen setzten, um andere zu bewegen. Die Geschichte der Propaganda ist keine Geschichte des zwanzigsten Jahrhunderts. Sie ist die Geschichte des Menschen selbst.

In den Höhlen von El Castillo in Nordspanien finden sich Handabdrücke, fünfundsechzigtausend Jahre alt. Jemand legte die Hand an den Fels und blies Farbpigment darüber – dieselbe Technik, mit der heute Sprayer ihre Schablonen füllen. Diese Hände waren keine Dekoration. Sie standen an sorgfältig gewählten Orten, tief im Berg, dort, wo Fackelschein die Wände flackern liess und die Dunkelheit die Sinne öffnete. Wer dorthin geführt wurde, erlebte keine Information. Er erlebte eine Inszenierung. Der Schamane, der einen Menschen durch die Finsternis zu den Bildern der Geisterwelt führte, betrieb bereits das, was Jahrtausende später Ministerien mit Milliardenbudgets betreiben würden: Er baute eine Wirklichkeit, in der seine Macht selbstverständlich erschien.

Das ist die erste Lektion, und sie gilt bis heute: Propaganda ist älter als Schrift, älter als Staat, älter vielleicht als der Homo sapiens. Sie beginnt dort, wo Menschen die symbolische Ebene der Wirklichkeit entdecken – die Fähigkeit, mit Zeichen etwas zu bedeuten, das nicht anwesend ist. Sprache, Kunst, Religion und Propaganda wachsen aus derselben Wurzel. Deshalb lässt sich Propaganda auch nicht «abschaffen» wie eine schlechte Angewohnheit. Man müsste die Symbolfähigkeit des Menschen abschaffen. Man müsste den Menschen abschaffen.

Alexander der Grosse begriff als einer der Ersten das Grundproblem jeder Macht: Man kann nicht überall sein. Ein Reich von Griechenland bis zum Indus lässt sich nicht mit Anwesenheit regieren – nur mit Vorstellung. Also liess Alexander sich vervielfältigen. Statuen trugen sein idealisiertes Gesicht in jede Provinz, Münzen seinen Kopf in jede Hand. Wer in Persien eine Drachme entgegennahm, empfing eine Botschaft: Er ist hier. Glaube an ihn, und alles wird gut. Alexander wurde zum Gott erklärt, und man darf annehmen, dass er der Erklärung nicht widersprach. Der Personenkult, den das zwanzigste Jahrhundert perfektionierte, wurde in der Antike erfunden – nicht aus Eitelkeit, sondern aus einem Skalierungsproblem.

Rom industrialisierte diese Erkenntnis. Augustus, der erste Kaiser, war zugleich der erste Kommunikationsstrategie der Weltgeschichte: Sein Bildnis alterte auf Statuen nie, seine *Res Gestae* – der Rechenschaftsbericht seiner Taten, in Stein gemeisselt im ganzen Reich – waren eine Pressemitteilung für die Ewigkeit. Und für die Massen der Hauptstadt gab es das berühmteste Ablenkungsprogramm der Geschichte: Brot und Spiele. Juvenal, der dieses Wort prägte, meinte es als Klage – das Volk, das einst Feldherren wählte, wünsche sich nur noch *panem et circenses*. Man lese diesen Satz zweimal und denke dann an einen beliebigen Feiertagabend zwischen Streamingdienst, Lieferservice und Endlos-Feed. Die Römer hätten unsere Gegenwart sofort verstanden. Sie hätten nur gestaunt, dass die Spiele jetzt in die Hosentasche passen.

Das Wort selbst aber kommt aus der Kirche. «Propaganda» leitet sich vom lateinischen *propagare* her – ausbreiten, vermehren, weiterverpflanzen; ein Winzerwort ursprünglich, das den Ableger bezeichnete, den man in die Erde senkt, damit aus einem Weinstock viele werden. 1622 gründete Papst Gregor XV. die *Congregatio de Propaganda Fide*, die Kongregation zur Verbreitung des Glaubens – die erste offizielle Verwendung des Begriffs, und eine gänzlich unschuldige: Propaganda war ursprünglich Gärtnerei. Man sät Ideen und wartet auf die Ernte. Dass ausgerechnet die Kirche den Begriff prägte, ist kein Zufall. Über anderthalb Jahrtausende war sie die grösste Sinnproduzentin des Abendlandes – mit einem Medienverbund, gegen den moderne Konzerne bescheiden wirken: Architektur, die den Blick nach oben zwingt. Musik, die den Körper durchdringt. Weihrauch für die Nase, Prozessionen für die Beine, Glocken für den Tagesrhythmus. Eine gotische Kathedrale war ein begehbare Gesamtmedium, das sämtli-

che Sinne gleichzeitig ansprach – und der Analphabet, der sie betrat, verstand die Botschaft ohne ein einziges Wort: Es gibt eine Ordnung, sie ist grösser als du, und sie hat einen Hausherrn.

Wie weit diese Maschinerie trug, zeigte sich im November 1095 auf einem Feld bei Clermont, wo Papst Urban II. vor Tausenden eine Rede hielt, deren genauer Wortlaut verloren ist – überliefert ist ihre Wirkung. Urban rief zur Befreiung des Heiligen Landes, und er tat es mit dem vollständigen Werkzeugkasten, den dieses Buch Kapitel für Kapitel wiederfinden wird: ein leuchtendes Ziel (Jerusalem), ein entmenslichtes Feindbild (die Berichte über Gräuel an Pilgern, drastisch ausgemalt), eine Gemeinschaftsstiftung (das Kreuz aus Stoff, an die Kleidung geheftet – ein tragbares Zugehörigkeitszeichen, Jahrhunderte vor Parteiabzeichen und Profilbild-Rahmen) und, entscheidend, eine Belohnung im Jenseits: der Ablass, die Tilgung der Sündenstrafen für alle, die zogen. Die Menge antwortete, so berichten die Chronisten, mit einem Ruf, der zum Schlachtruf wurde: Gott will es. Man beachte die Konstruktion dieses Satzes – nicht wir wollen, nicht der Papst will: Gott will. Die perfekte Propaganda spricht nie im eigenen Namen; sie macht sich zum Sprachrohr einer Instanz, der man nicht widersprechen kann. Was folgte, waren zwei Jahrhunderte Kreuzzüge, getragen von Predigern, die das Modell in jedes Dorf Europas trugen, von Wandermönchen wie Peter dem Einsiedler, deren Reichweite man sich als das virale Netzwerk ihrer Zeit denken muss. Und was ebenfalls folgte, gehört zur Lehre: Die aufgeheizte Menge unterschied bald nicht mehr zwischen fernen und nahen «Feinden» – die Pogrome an den jüdischen Gemeinden des Rheinlands 1096, in Speyer, Worms und Mainz, waren die ersten Massenmorde der europäischen Geschichte, die direkt aus einer Mobilisierungskampagne hervorgingen. Feindbilder, einmal freigesetzt, halten sich nicht an die Adressliste ihrer Urheber. Es ist eine Regel ohne bekannte Ausnahme.

Dann kam die Maschine von Wittenberg. Die Reformation war nicht nur ein theologisches Ereignis – sie war die erste Medienrevolution mit Massenwirkung, und sie fand im Herzen des deutschen Sprachraums statt. Martin Luther verstand die neue Technologie des Buchdrucks besser als seine Gegner: kurze Texte statt dicker Folianten, Deutsch statt Latein, Flugschriften zu Preisen, die ein Handwerker zahlen konnte. Und vor allem: Bilder. Luthers Verbündeter Lucas Cranach lieferte Holzschnitte, die auch der Ungebildete las – den

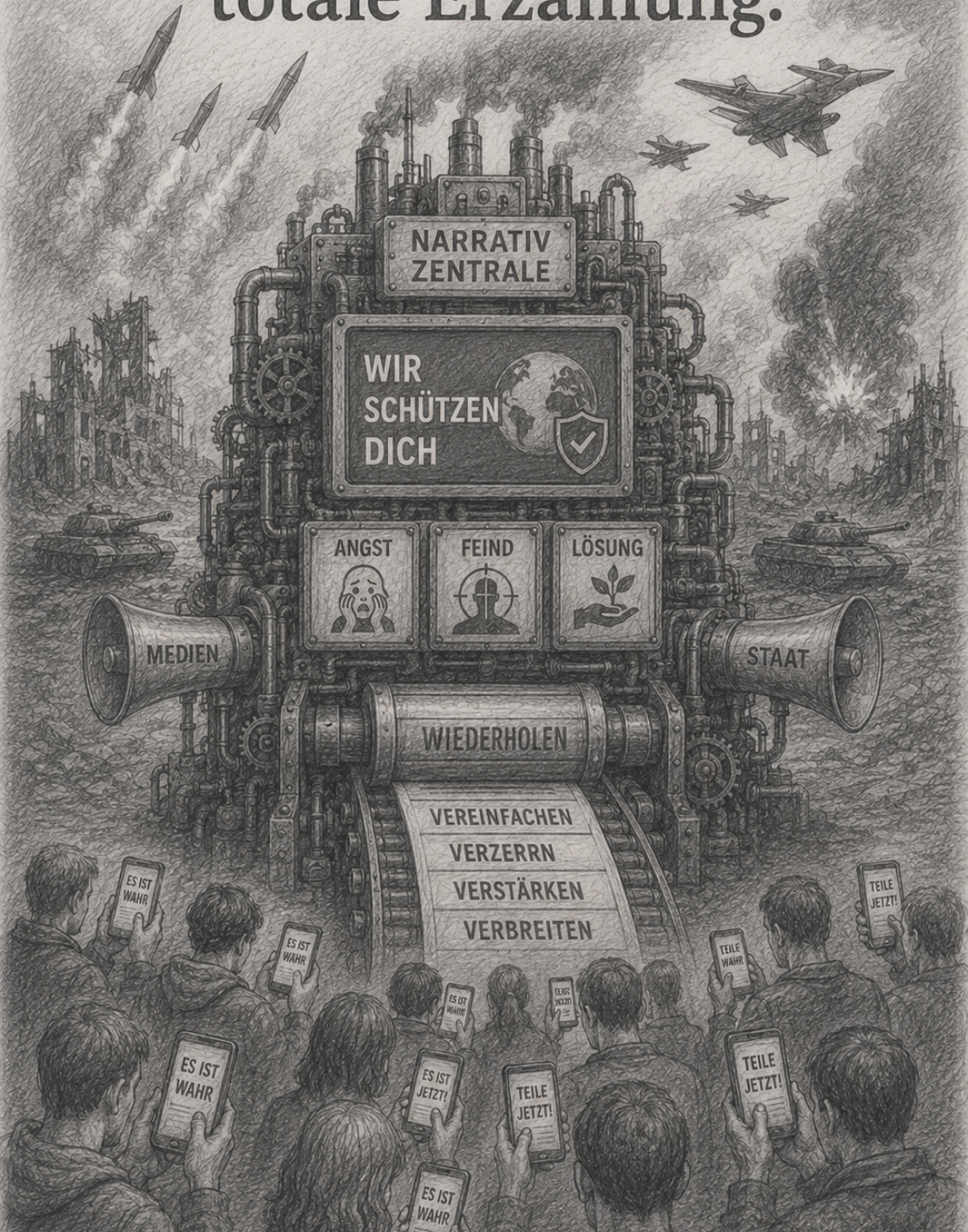
Papst als Esel, die Kirche als Höllenrachen. Es war zugespitzt, es war unfair, es war viral, Jahrhunderte bevor das Wort erfunden wurde. In Zürich betrieb zur selben Zeit ein Mann dasselbe Handwerk mit eigenem Zuschnitt: Ulrich Zwingli, Leutpriester am Grossmünster, war vielleicht der erste Schweizer, der Kommunikation strategisch als Machtmittel begriff. Er hatte als Feldprediger in den italienischen Kriegen gesehen, was Worte mit Soldaten machen, und er setzte diese Erfahrung nun im Frieden ein: Predigten, die nicht mehr dem liturgischen Kalender folgten, sondern fortlaufend die Schrift auslegten – ein Bruch mit dem Format, der die Kanzel in ein Dauermedium verwandelte; Flugschriften aus der Offizin Froschauers, die seine Positionen in die Eidgenossenschaft trugen; und vor allem die öffentlichen Disputationen von 1523, bei denen der Rat der Stadt als Schiedsrichter über Glaubensfragen eingesetzt wurde. Man muss die Raffinesse dieses Arrangements würdigen: Zwingli verlegte den Streit um die Wahrheit von der kirchlichen Hierarchie auf einen städtischen Marktplatz der Argumente, dessen Regeln er mitbestimmte – und gewann. Wer das Verfahren gestaltet, in dem über Wahrheit entschieden wird, hat die halbe Schlacht geschlagen, bevor sie beginnt.

Es ist eine Lektion, die von der Zürcher Disputation bis zur Frage reicht, wessen Algorithmus heute die Debatte sortiert. Dass ausgerechnet dieser Meister der Worte 1531 bei Kappel mit dem Schwert in der Hand fiel, gehört zur Ironie der Geschichte: Auch die mächtigste Erzählung hat eine Grenze, und sie verläuft dort, wo die andere Seite aufhört zuzuhören.

Die katholische Antwort liess auf sich warten, fiel dann aber umso gewaltiger aus: die Gegenreformation rüstete ästhetisch auf und schuf den Barock – jene überwältigende Sinnlichkeit aus Gold, Licht und Ekstase, die man bis heute in Wien, Salzburg, Einsiedeln oder Melk besichtigen kann. Wer durch eine barocke Klosterkirche geht, geht durch eine Kampagne. Sie ist dreihundert Jahre alt und funktioniert noch immer.

Die Französische Revolution schliesslich bewies, dass auch die Freiheit ein Marketingproblem hat. Die neue Republik erfand Feste, Fahnen, Hymnen, einen neuen Kalender, sogar ein neues höchstes Wesen – sie musste den Platz füllen, den Thron und Altar hinterlassen hatten. Und aus ihrem Chaos stieg der Mann auf, der Alexanders Lektion für das Zeitalter der Zeitung übersetzte: Napoleon Bonaparte kontrollierte die

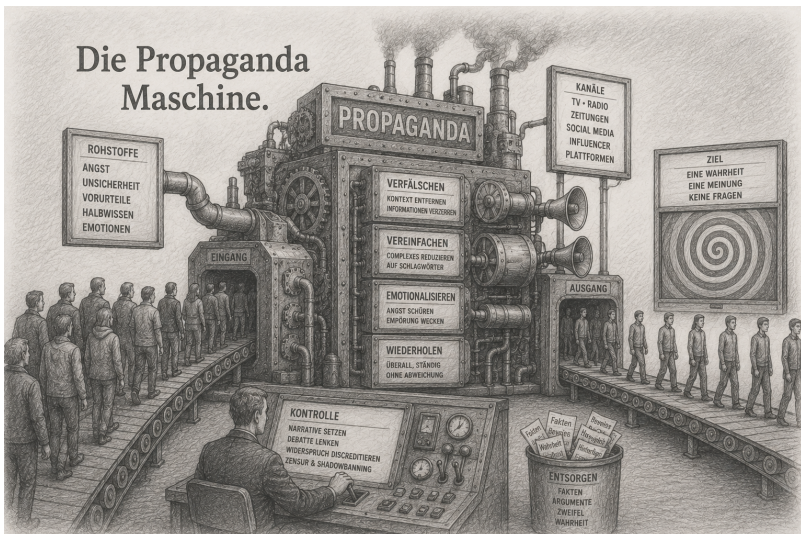
Totaler Krieg, totale Erzählung.



Presse, diktierte Bulletins von seinen Feldzügen, die seine Siege vergrösserten und seine Niederlagen verschwinden liessen, und liess sich von Malern wie Jacques-Louis David in Szene setzen – auf einem steigenden Hengst über die Alpen, wo er in Wirklichkeit auf einem Maultier ritt. «Lügen wie ein Bulletin», sagten seine eigenen Soldaten. Sie wussten es. Es half ihnen nichts. Denn Napoleon hatte etwas begriffen, das moderner ist als jeder Algorithmus: Es kommt nicht darauf an, dass alle die Erzählung glauben. Es genügt, wenn keine andere Erzählung dieselbe Reichweite hat.

Höhle, Münze, Kathedrale, Flugschrift, Bulletin: Die Werkzeuge wechseln, das Prinzip bleibt. Jede neue Kommunikationstechnologie wird binnen einer Generation zur Waffe im Kampf um die Köpfe. Es gibt keine Ausnahme von dieser Regel. Es gab nie eine.

Die Frage ist also nicht, ob unsere neuen Maschinen zur Propaganda benutzt werden. Die Frage ist nur, ob wir es diesmal früher merken als unsere Vorfahren.



Totaler Krieg, totale Erzählung

Berlin-Schöneberg, ein Abend im Februar 1943. In der Küche einer Dreizimmerwohnung sitzt eine Familie um ein Gerät aus Bakelit, dunkelbraun, gross wie ein Brotlaib: der Volksempfänger, 76 Reichsmark, erschwinglich für fast jeden – so war es gedacht. Aus dem Lautsprecher dringt eine Stimme, die sich überschlägt und dennoch jede Silbe kontrolliert. Sie fragt etwas. Zehntausend Menschen in einem Sportpalast antworten mit einem Schrei. Die Mutter am Küchentisch schweigt. Der Vater nickt, vielleicht aus Überzeugung, vielleicht aus Gewohnheit, vielleicht weil die Wände dünn sind. Das Kind hört vor allem eines: dass alle anderen schreien. Und dass Alleinsein gefährlich klingt. Der Erste Weltkrieg veränderte die Propaganda so, wie er alles veränderte: durch Totalisierung. Zum ersten Mal standen nicht Armeen gegen Armeen, sondern Gesellschaften gegen Gesellschaften. Wer den ganzen Menschen mobilisieren wollte – als Soldat, Arbeiterin, Zeichner von Kriegsanleihen –, musste den ganzen Menschen überzeugen. Alle kriegführenden Staaten bauten Apparate dafür auf: Die Briten das legendäre Wellington House, die Deutschen und Österreicher ihre Kriegspressequartiere, in denen Schriftsteller und Maler dienstverpflichtet die Front verklärten. Man log über Gräueltaten des Feindes, man retuschierte Niederlagen, man erfand Heldentode. Die Plakate jener Jahre wirken heute grotesk – der Feind als Gorilla, als Krake, als Barbar –, aber sie funktionierten, weil sie ein neues Massenmedium hatten: das Kino, und ein neues Massenpublikum: die eingeschworene, verängstigte, trauernde Nation.

Nach 1918 geschah etwas Entscheidendes, das die Wege des Westens und der Diktaturen trennte. In Grossbritannien und Amerika flog die Kriegslüge auf, und «Propaganda» wurde zum Schimpfwort – man benannte die eigene Zurichtung der Öffentlichkeit fortan höflicher: public relations.

Der Mann, der diese Umbenennung betrieb und zum Vater der modernen Meinungsindustrie wurde, verdient einen eigenen Absatz, denn ohne ihn ist das einundzwanzigste Jahrhundert nicht zu verstehen: Edward Bernays, geboren in Wien, aufgewachsen in New York, ein doppelter Neffe Sigmund Freuds. Bernays hatte im Krieg für die amerikanische Propagandabehörde gearbeitet und zog daraus einen kühlen

Schluss: Was im Krieg Völker mobilisiert, kann im Frieden Zigaretten, Seife und Präsidenten verkaufen – man muss nur die Erkenntnisse des Onkels über das Unbewusste in Technik übersetzen. Sein Buch «Propaganda» von 1928 beginnt mit einem Satz von entwaffnender Offenheit: Die bewusste und intelligente Manipulation der organisierten Gewohnheiten und Meinungen der Massen sei ein wichtiges Element der demokratischen Gesellschaft. Man lese das zweimal – kein Diktator schreibt so, kein Zyniker im Verborgenen; das schreibt ein Mann, der Manipulation für einen Dienst an der Demokratie hielt, für die unsichtbare Regierung, die das Chaos der Massen ordnet. Und Bernays lieferte, was er versprach. Als die Tabakindustrie Frauen als Kundinnen gewinnen wollte, organisierte er 1929 keine Anzeigenkampagne, sondern ein Ereignis: junge Frauen, die bei der New Yorker Osterparade demonstrativ Zigaretten anzündeten – von Bernays instruiert, von der Presse als spontaner Akt der Emanzipation gefeiert, die Zigarette als «Fackel der Freiheit».

Kein Produkt wurde beworben; ein Gefühl wurde besetzt. Als er Speck verkaufen sollte, befragte er Ärzte, ob ein kräftiges Frühstück gesund sei, und machte aus den Antworten eine Pressekampagne – das amerikanische Frühstück mit Bacon and Eggs ist zu einem Teil seine Erfindung. Bernays nannte seine Methode später the engineering of consent, die Ingenieurskunst der Zustimmung, und in diesem Begriff steckt bereits das ganze Programm unserer Gegenwart: Überzeugung nicht durch Argument, sondern durch Umbau der Umgebung, in der Meinungen entstehen.

Die Empörungsmaschine des Newsfeeds, das Influencer-Marketing, die inszenierte Graswurzelbewegung – es sind Enkel seiner Einsicht, dass man Menschen am wirksamsten bewegt, wenn sie glauben, sich selbst zu bewegen. Dass Goebbels Bernays' Schriften im Regal gehabt haben soll, wird oft erzählt; gesichert ist, dass Bernays selbst in seinen Memoiren entsetzt davon berichtete, seine Techniken seien in Deutschland gegen ebenjene Menschen gewendet worden, denen er entstammte. Werkzeuge fragen nicht, wer sie führt. Es ist die Signatur dieses ganzen Buches, und Bernays hat sie mit seinem Lebenswerk geliefert.

In Deutschland, Italien und der jungen Sowjetunion zog man unterdessen die umgekehrte Lehre: Propaganda hatte den Krieg mitentschieden, also musste man sie nicht ächten, sondern perfektionieren.

Die Dolchstoßlegende – die Behauptung, das deutsche Heer sei «im Felde unbesiegt» und von der Heimat verraten worden – wurde zum Gründungsmythos einer Bewegung, die aus der Niederlage eine Erzählung und aus der Erzählung eine Machtmaschine baute.

Joseph Goebbels, promovierter Germanist, gescheiterter Romancier, wurde ihr Architekt. Man muss ihn nicht dämonisieren, um ihn zu verstehen – im Gegenteil: Die Dämonisierung ist eine Ausrede. Sie erlaubt uns zu glauben, so etwas geschehe nur, wenn ein Teufel am Werk ist. Goebbels war kein Teufel. Er war ein hochbegabter Medienpraktiker ohne Gewissen, und seine Methoden lesen sich wie das Handbuch einer modernen Plattform: Emotion schlägt Argument. Wiederholung schlägt Wahrheit.

Das Feindbild stiftet Gemeinschaft. Die Botschaft muss so einfach sein, dass der Müdeste sie versteht, und so oft kommen, dass der Skeptischste sie auswendig kann. Und: Die wirksamste Propaganda ist die, die nicht wie Propaganda aussieht – weshalb das «Ministerium für Volksaufklärung und Propaganda» den Grossteil seiner Energie nicht in Parteitagefilme steckte, sondern in Unterhaltung. Revuefilme, Liebeskomödien, Schlager: Von den über tausend Spielfilmen des Dritten Reichs waren die wenigsten offen politisch. Die Diktatur wusste, dass Menschen, die lachen und träumen, nicht fragen.

Der Volksempfänger war dabei mehr als ein Radio. Er war ein trojanisches Möbelstück: subventioniert, damit jede Familie eines besass, und in seiner Reichweite so ausgelegt, dass ausländische Sender schwer zu empfangen waren. Das Regime hatte verstanden, dass es nicht genügt zu senden – man muss den Empfang organisieren. Gemeinschaftsempfang in Betrieben und Schulen machte das Zuhören öffentlich und das Weghören verdächtig. Wer die Sportpalastrede von 1943 hört – jenes choreographierte Frage-und-Antwort-Spiel, in dem Goebbels der erschöpften Nation die Zustimmung zum «totalen Krieg» entlockte –, hört keine Überzeugungsarbeit.

Er hört eine Liturgie. Die Fragen waren einstudiert, das Publikum ausgewählt, die Ekstase inszeniert. Und doch: Sie wirkte, weil sie das älteste Bedürfnis des Menschen bediente, das Bedürfnis, Teil von etwas Grösserem zu sein.

Genau hier liegt der Kern, und er ist unbequemer als jede Teufelsgeschichte: Die nationalsozialistische Propaganda funktionierte nicht,

weil die Deutschen dümmere gewesen wären als andere Völker. Sie funktionierte, weil sie mit höchster Professionalität an universale menschliche Schwächen andockte – Angst, Kränkung, Sehnsucht nach Grösse, Lust am Feind. Leni Riefenstahls Parteitagfilme, mit Kamerabewegungen, die das Kino noch nicht gesehen hatte, verwandelten Politik in Religion: Lichtdome statt Kirchenschiffe, Fahnenmeere statt Prozessionen, der Führer, der wie ein Erlöser aus den Wolken nach Nürnberg schwebt.

Die Nazis plünderten die Formensprache des Sakralen, weil sie wussten, was Kathedralenbauer seit Jahrhunderten wussten: Wer alle Sinne besetzt, besetzt am Ende auch das Urteil.

Und die Sowjetunion? Sie baute das Spiegelbild mit anderem Vorzeichen. Auch dort: der Führerkult – Stalin als weiser Vater in Filmen wie «Der Fall von Berlin», gespielt von einem Schauspieler, der zum Nationalheiligtum wurde. Auch dort: die Liturgie der Paraden, die Umschreibung der Geschichte, das Wegretuschieren in Ungnade Gefallener aus Fotografien, als hätte es sie nie gegeben.

Der sowjetische Beitrag zur Propagandageschichte war die Perfektionierung des Gedächtnislochs: Nicht nur die Gegenwart wurde kontrolliert, sondern rückwirkend die Vergangenheit. George Orwell, der das im spanischen Bürgerkrieg aus nächster Nähe beobachtet hatte, goss es in den Satz, der sein Jahrhundert überdauern sollte: Wer die Vergangenheit kontrolliert, kontrolliert die Zukunft; wer die Gegenwart kontrolliert, kontrolliert die Vergangenheit.

Das Erschütterndste an dieser Epoche ist nicht, dass Menschen belogen wurden. Es ist, wie viele sich am eigenen Belogenwerden beteiligten. Die Psychoanalyse hat dafür einen präzisen Begriff gefunden: das aktive Nichtwissen – jene Fähigkeit, entschlossen nicht zu wissen, was man weiss. Millionen Deutsche und Österreicher sahen die Nachbarn verschwinden und wählten die Erklärung, die das eigene Weiterleben am wenigsten störte. Millionen Sowjetbürger jubelten einem Mann zu, dessen Terror durch ihre eigenen Familien gegangen war.

Propaganda, das zeigt diese Zeit, ist keine Einbahnstrasse vom Sender zum Empfänger. Sie ist ein Geschäft auf Gegenseitigkeit: Der Apparat liefert die Erzählung, und der Einzelne liefert die Bereitschaft, nicht so genau hinzusehen. Am Ende einer solchen Epoche stehen die Menschen vor den Trümmern und fragen: Wie konnten wir das glauben?



DER GETEILTE HIMMEL

Es ist dieselbe Frage, die man sich am Ende einer verblendeten Liebe stellt. Und die Antwort ist dieselbe: Weil wir es glauben wollten.

Die Diktaturen des zwanzigsten Jahrhunderts brauchten Jahre, um jedem Haushalt einen Lautsprecher hinzustellen. Wir haben unseren selbst gekauft, wir tragen ihn am Körper, und er kennt uns besser als jedes Ministerium. Nur der Absender fehlt auf dem Etikett.



Der geteilte Himmel

Dresden, Stadtteil Striesen, ein Abend im November 1978. Die Familie hat die Vorhänge zugezogen, obwohl das längst niemand mehr kontrolliert. Der Vater dreht die Zimmerantenne, Millimeter um Millimeter, bis das Flimmern nachlässt und ein Gesicht erscheint, das es offiziell nicht gibt: die «Tagesschau» aus Hamburg. Dresden liegt im Elbtal, zu tief für das Westsignal – «Tal der Ahnungslosen» nennen die Leute die Gegend, halb spöttisch, halb neidisch –, aber der Schwager hat die Antenne frisiert. Um acht schaut die Familie die Nachrichten des Klassenfeindes. Um halb neun schaltet der Vater zurück zur «Aktuellen Kamera», den Nachrichten des eigenen Staates. Nicht weil er ihnen glaubt. Sondern weil man wissen muss, was man morgen im Betrieb gehört haben soll. Zwei Sender, zwei Wahrheiten, ein Sofa. Das Kind auf dem Teppich lernt früh, dass Wirklichkeit eine Frage der Frequenz ist.

Der Kalte Krieg war der erste Weltkrieg, der hauptsächlich als Erzählung geführt wurde. Die Bombe machte den heissen Krieg zwischen den Supermächten unmöglich – also verlagerte sich der Kampf in die Köpfe. Schon der Auftakt war ein Kommunikationsakt: Hiroshima und Nagasaki waren militärische Schläge gegen Japan, aber ihre eigentliche Adresse, das räumten Beteiligte später ein, lag in Moskau. Die Pilzwolke war auch eine Botschaft. Von da an rüsteten beide Seiten nicht nur mit Raketen auf, sondern mit Rundfunkstationen, Kulturprogrammen, Weltraumbildern. Der Sputnik-Piepton und Neil Armstrongs Mondschrift waren Grosstaten der Technik – und zugleich die teuersten Werbespots der Geschichte, jeder ein Beweisstück im Prozess «System gegen System».

Nirgends lässt sich dieser Krieg der Erzählungen besser besichtigen als im geteilten Deutschland, wo er durch Wohnzimmer, Familien und Ehen verlief. Die DDR nannte ihre Grenzanlage «antifaschistischer Schutzwall» – ein Bauwerk, errichtet, um die eigene Bevölkerung am Weglaufen zu hindern, umbenannt in ein Bollwerk zu ihrem Schutz. Das ist Propaganda in Reinform: nicht die Lüge über ein Detail, sondern die Umkehrung des Vorzeichens einer ganzen Wirklichkeit. Im Fernsehen der DDR kommentierte Karl-Eduard von Schnitzler im «Schwarzen Kanal» Ausschnitte aus dem Westfernsehen – Gegenpro-

paganda als Dauereinrichtung, ein Mann, dessen Sendung die meisten nur einschalteten, um sich über ihn zu ärgern. Der Westen wiederum sendete zurück: RIAS Berlin, Deutschlandfunk, später die Werbebilder einer Warenwelt, gegen deren Verheissung kein Plansoll ankam. Am Ende unterlag die DDR nicht zuletzt im Wettbewerb der Bilder: Die tägliche Differenz zwischen dem, was die «Aktuelle Kamera» behauptete, und dem, was jeder im eigenen Konsum erlebte, zersetzte den Glauben gründlicher als jede feindliche Sendung. Propaganda stirbt nicht am Widerspruch der Gegner. Sie stirbt am Widerspruch der Wirklichkeit – wenn er nur gross genug wird und lange genug anhält. Österreich wiederum führt vor, dass auch Demokratien Gründungserzählungen pflegen, die mit der Wahrheit auf freundschaftlichem, aberlosem Fusse stehen.

Die Zweite Republik baute nach 1945 auf den sogenannten Opfermythos: Österreich als «erstes Opfer» Hitlers, eine Lesart, die sich auf die Moskauer Deklaration stützen konnte und die jahrzehntelang half, die eigene, begeisterte Beteiligung vieler Österreicher an den Verbrechen zu überblenden. Erst die Waldheim-Debatte der achtziger Jahre riss diese Erzählung auf – schmerzhaft, spät und heilsam. Die Lektion daraus reicht weit über Österreich hinaus: Kollektive Selbstbilder sind die leiseste Form der Propaganda. Sie brauchen kein Ministerium. Sie brauchen nur den stillen Konsens, bestimmte Fragen nicht zu stellen.

Und die Schweiz? Sie blieb von Diktatur und Krieg verschont – nicht aber von der Versuchung, Erzählung als Verteidigungsmittel einzusetzen. Ihre Antwort auf das Zeitalter der totalitären Propaganda war so eigentümlich, so erfolgreich und so lehrreich, dass sie ein eigenes Kapitel verdient. Wir kommen gleich zu ihr.

Auf der anderen Seite des Atlantiks führte derselbe Reflex zu McCarthy's Tribunalen: Listen, Verdächtigungen, ruinierte Existenzen – ein Lehrstück darüber, dass das Feindbild ein Eigenleben entwickelt. Es beginnt als Beschreibung einer realen Bedrohung, denn die sowjetische Spionage war real. Aber das Feindbild ernährt sich von Angst, und Angst ist expansiv: Bald genügte der falsche Bekannte, das falsche Buch, die falsche Vergangenheit. Der Kommunistenjäger und der Klassenkampf-Agitator, so gegensätzlich ihre Fahnen, bedienten dieselbe psychologische Maschine – die Sortierung der Welt in Wir und Sie, bei der die Zugehörigkeit zum Wir täglich neu bewiesen werden muss. Solche Maschinen kennen keinen Sättigungspunkt. Sie müssen

DIE PROPAGANDA DES VERTRAUENS



– EIN SCHWEIZER SONDERWEG –



von aussen angehalten werden, von Institutionen, von Gerichten, von einzelnen Menschen, die im richtigen Moment fragen: «Haben Sie denn gar keinen Anstand?»

Vietnam schliesslich zerstörte eine Gewissheit, von der alle Propaganda bis dahin gelebt hatte: dass der Staat die Bilder kontrolliert. Zum ersten Mal kam ein Krieg abends in Farbe ins Wohnzimmer, ungeschminkt genug, um die offizielle Erzählung vom nahen Sieg Abend für Abend zu widerlegen. Die Pentagon Papers bewiesen dann schwarz auf weiss, dass die Regierungen jahrelang wider besseres Wissen Zuversicht verbreitet hatten. Etwas zerbrach in diesen Jahren, im Westen insgesamt: das Grundvertrauen, dass die eigene Seite im Zweifel die Wahrheit sagt. Diese Wunde hat sich nie geschlossen. Sie ist der Boden, auf dem Jahrzehnte später jede Verschwörungserzählung gedeihen würde – denn ihr stärkstes Argument ist ja nicht erfunden: Sie haben uns schon einmal belogen.

Der Kalte Krieg endete, als eine der beiden Erzählungen an der Wirklichkeit zerschellte. Die neue Zeit begann mit einer Verheissung: Nie wieder Monopol auf Wahrheit, nie wieder ein Ministerium zwischen Mensch und Information. Es dauerte kaum zwanzig Jahre, bis wir merkten, dass auch das eine Erzählung war.

Die Propaganda des Vertrauens – ein Schweizer Sonderweg

Rütliwiese am Vierwaldstättersee, 25. Juli 1940. Frankreich ist gefallen, die Schweiz liegt eingeschlossen im Machtbereich der Achse, und in Zürich und Bern flüstern nicht wenige von Anpassung. An diesem Morgen legen Schiffe am Ufer an, und über die Wiese steigen Männer in Uniform: der General und die höheren Offiziere der Armee, mehrere hundert, einbestellt an den Ort, an dem der Legende nach 1291 alles begann. Henri Guisan spricht ohne Mikrofon, der Wortlaut wird nie ganz gesichert sein – aber darauf kommt es nicht an. Die Botschaft ist der Ort. Jeder Offizier, der an diesem Tag über den See zurückfährt, jeder Bürger, der davon in der Zeitung liest, versteht sie ohne Erläuterung: Widerstand, notfalls in den Bergen, niemals Kapitulation. Es ist eine der wirkungsvollsten kommunikativen Handlungen der Schweizer Geschichte – und es fällt kein einziges nachweisbar überliefertes Wort, das man zitieren müsste. Grosse Propaganda braucht manchmal keine Sätze. Sie braucht eine Bühne, die schon vor Jahrhunderten gebaut wurde.

Die Schweiz hatte nie einen Goebbels. Kein Ministerium für Volksaufklärung, keinen Führerkult, keine Gleichschaltung der Presse. Wer daraus schliesst, sie habe keine Propaganda gehabt, hat das Wesen der Sache nicht verstanden – er ist ihr im Gegenteil auf den Leim gegangen. Denn die Schweiz entwickelte im zwanzigsten Jahrhundert etwas Raffinierteres als die Apparate ihrer Nachbarn: eine Propaganda, die nicht auf Angst und Zwang baute, sondern auf Glaubwürdigkeit, Zugehörigkeit und Stolz. Man könnte sie eine Propaganda des Vertrauens nennen. Sie war defensiv gemeint, in weiten Teilen ehrenwert und vermutlich historisch notwendig – und sie war gerade deshalb so nachhaltig, dass ihre Erzählungen das Selbstverständnis des Landes bis heute prägen, weitgehend unbemerkt von denen, die in ihnen leben. Es gibt kein besseres Studienobjekt für die These dieses Buches, dass Propaganda dann am stärksten wirkt, wenn niemand sie als solche empfindet.

Ihre Wurzeln reichen weiter zurück als das bedrohte Jahrzehnt. Einen einzelnen Urvater hat die Schweizer Erzählkunst nicht – aber sie hat Baumeister, und der erste unter ihnen stand auf einer Kanzel.

Huldrych Zwingli, Leutpriester am Zürcher Grossmünster, betrieb ab 1519 das, was man heute eine integrierte Kommunikationsstrategie nennen würde. Er predigte nicht mehr nach dem vorgeschriebenen Perikopenkalender, sondern fortlaufend durch die Evangelien – direkt zum Volk, in dessen Sprache, Woche für Woche: das Prinzip des Serienformats, angewandt auf das Seelenheil. Er verbündete sich mit dem Buchdruck; in der Offizin von Christoph Froschauer, einen Steinwurf von seiner Kanzel entfernt, entstanden seine Flugschriften und schliesslich die Zürcher Bibel – und es war kein Zufall, dass der öffentlichkeitswirksamste Tabubruch der Zürcher Reformation, das demonstrative Wurstessen im Fastenjahr 1522, ausgerechnet im Hause dieses Druckers stattfand, mit Zwingli als anwesendem, wohlweislich nicht mitessendem Zeugen: eine kalkulierte Provokation samt anschließender Verteidigungsschrift, die Inszenierung und Vervielfältigung in einem Zug verband. Und er erfand für seine Sache ein Verfahren, das die Schweizer Politikultur bis heute prägt: die Disputation. 1523 lud der Zürcher Rat zum öffentlichen Streitgespräch über die neue Lehre – auf Deutsch statt Latein, vor Hunderten Zuhörern, mit dem Rat als Schiedsrichter.

Das war formal ein theologischer Wettkampf und faktisch ein Meisterstück des Agenda-Settings: Wer die Bühne stellt, die Regeln schreibt und den Schiedsrichter kennt, hat gewonnen, bevor das erste Argument fällt. Zwingli hatte begriffen, was sein Wittenberger Zeitgenosse zur selben Zeit begriff – dass nicht Waffen, sondern Worte Gesellschaften kippen –, und er hatte es mit einer Zutat verfeinert, die spezifisch schweizerisch werden sollte: Er liess seine Revolution von der Obrigkeit beglaubigen, Schritt für Schritt, per Beschluss. Überzeugung, die sich als Verfahren tarnt, wirkt doppelt.

Der zweite Baumeister war ein Historiker. Johannes von Müller, 1752 in Schaffhausen geboren, schrieb Ende des achtzehnten Jahrhunderts seine monumentalen «Geschichten schweizerischer Eidgenossenschaft» – ein Werk von hinreissender sprachlicher Wucht und, wie die spätere Forschung nüchtern feststellte, erheblicher Grosszügigkeit gegenüber den Quellen. Müller erzählte den Rütlichschwur, die Tellsage, den Freiheitskampf der Waldstätte nicht als Überlieferung mit Fragezeichen, sondern als heroische Gründungsgeschichte einer zur Freiheit bestimmten Nation. Sein Buch wurde verschlungen, weit über die Schweiz hinaus – Friedrich Schiller stützte sich für seinen «Wilhelm Tell» massgeblich auf Müller, ohne die Schweiz je betreten zu haben,

und schuf damit das Stück, das der jungen Willensnation ihren Mythos in Reinform zurückgab. Hier zeigt sich ein Mechanismus, der subtiler ist als jede Fälschung: Müller log nicht eigentlich; er wählte, glättete, erhöhte. Er goss disparate Chroniken in eine Erzählung mit Helden, Schurken und Bestimmung – und eine Nation, die es als politisches Gebilde so noch gar nicht gab, fand in dieser Erzählung nachträglich ihren Grund. Nationale Identität, das lehrt der Fall Müller, wird nicht gefunden. Sie wird geschrieben. Dass der Apfelschuss vermutlich Wanderlegende ist und der Schwur von 1291 ein unter vielen Bündnissen, hat der Wirkung nie geschadet. Mythen sind gegen Quellenkritik immun, weil sie eine andere Frage beantworten als die Historiker: nicht «Was ist geschehen?», sondern «Wer sind wir?».

Auf diesem Fundament konnte das zwanzigste Jahrhundert bauen, als die Bedrohung real wurde. In den dreissiger Jahren, eingekeilt zwischen dem faschistischen Italien und dem nationalsozialistischen Deutschland, dessen Propaganda offen über die Grenze drängte, beschloss die Schweiz etwas Bemerkenswertes: dem Angriff auf die Köpfe nicht mit Zensur allein zu begegnen, sondern mit einer eigenen, besseren Erzählung. «Geistige Landesverteidigung» hiess das Programm, 1938 in einer Botschaft des Bundesrats offiziell verankert, und es war in seiner Anlage ein Propagandaprojekt im vollen Wortsinne – nur dass sein Inhalt die Abwehr von Propaganda war. Gefördert und gefeiert wurden die Werte, die das Land von seinen Nachbarn unterschieden: die direkte Demokratie als gelebte Selbstregierung, die Neutralität als Prinzip statt als Schwäche, der Milizgedanke – der Bürger, der Soldat, Magistrat und Feuerwehrmann in einer Person ist –, die Vielsprachigkeit als Beweis, dass Nation nicht Blut bedeutet, sondern Wille. Und über allem, unübersehbar, die Alpen: nicht mehr nur Landschaft, sondern Charakter, Trutzburg, steinernes Argument der Freiheit.

Ihren dichtesten Ausdruck fand diese Erzählung 1939 an der Landesausstellung in Zürich, der «Landi», die wenige Monate vor Kriegsausbruch ihre Tore öffnete. Der Höhenweg mit den Fahnen aller Gemeinden, die Dörfli-Idylle, die Inszenierung von Handwerk, Armee und Alpwirtschaft – Millionen Besucher durchwanderten ein begehbares Selbstbild, und der Begriff «Landigeist» bezeichnet bis heute jene Mischung aus Zusammenhalt, Bescheidenheitspathos und wehrhafter Heimeligkeit, die dort ihre Form fand. Man vergleiche die Dramaturgie mit den Kathedralen des ersten Kapitels und den Parteitag des zweiten: Auch hier werden alle Sinne besetzt, auch hier wird Zugehörigkeit inszeniert und Gemeinschaft erlebbar gemacht. Der Unterschied liegt nicht in der Technik. Er liegt im Inhalt – Selbstbehauptung statt Eroberung, Bürgerstolz statt Führerkult – und in einem entscheidenden Formmerkmal: Die Erzählung liess Raum für Selbstironie und Streit. Eine Propaganda, die den Widerspruch nicht verbieten muss, weil sie ihn aushält, spielt in einer anderen Liga als jede Diktatur. Dann kam der Sommer 1940, und mit ihm die Stunde des Generals. Henri Guisan war kein Redner von Goebbels'schem Format, und genau das war seine Stärke: ein Waadtländer Gutsherr, väterlich, zweisprachig, fotografierbar auf dem Pferd und beim Gespräch mit dem einfachen Soldaten.

Nach dem Fall Frankreichs, als Teile der politischen Elite öffentlich von «Anpassung» an das neue Europa sprachen, antwortete Guisan nicht mit einer Rede an die Politik, sondern mit der Inszenierung auf dem Rütli – und mit einem strategischen Konzept, das militärisch umstritten war und kommunikativ genial: dem Réduit. Der Rückzug der Armee in den Alpenraum bedeutete nüchtern betrachtet, das Mittelland mit seinen Städten und Menschen im Ernstfall preiszugeben; als Erzählung aber verwandelte das Réduit die Geographie des Landes in ein Versprechen – die Berge als uneinnehmbare Festung, die Nation als Igel, der Widerstand als Gewissheit. Ob das Réduit einen deutschen Angriff je abgeschreckt hätte, streiten Militärhistoriker bis heute; dass es die Schweizer Bevölkerung durch fünf dunkle Jahre getragen hat, streitet niemand. Es war Verteidigung durch Erzählung – Propaganda im edelsten Aggregatzustand, den dieses Buch zu bieten hat. Und zugleich, auch das gehört zur Redlichkeit, eine Erzählung mit Schattenräumen: Das Bild der trutzigen, makellosen Schweiz überblendete jahrzehntelang die weniger heldenhaften Kapitel jener Jahre – die Flüchtlingspolitik mit ihrem berüchtigten Diktum vom vollen Boot, die Geschäfte mit beiden Seiten. Erst die Debatten der

neunziger Jahre, um nachrichtenlose Vermögen und die Rolle des Finanzplatzes, brachen diese Überblendung auf – schmerzhaft und spät, wie in Österreich der Opfermythos. Erfolgreiche nationale Erzählungen haben stets einen Preis, und er wird in derselben Währung bezahlt: in aufgeschobener Selbsterkenntnis.

Nach dem Krieg starb die Geistige Landesverteidigung nicht – sie wechselte den Gegner. Aus der Abwehr des Faschismus wurde die Abwehr des Kommunismus, und dabei zeigte sich, was geschieht, wenn eine Verteidigungserzählung ihren Ernstfall überlebt: Sie sucht sich Feinde nach innen. Der Antikommunismus der fünfziger und sechziger Jahre verengte das Meinungsklima, Nonkonformisten galten schnell als Sicherheitsrisiko, und der Überwachungsapparat wuchs im Stillen, bis er 1989 im Fichenskandal ans Licht kam: Hunderttausende Dossiers über Bürgerinnen und Bürger, angelegt oft für nichts weiter als eine Unterschrift, eine Reise, eine Meinung. Die Schweiz lernte damals, was jede Gesellschaft irgendwann lernen muss: Wer die offene Gesellschaft mit den Mitteln der Gesinnungskontrolle schützt, hat sie bereits beschädigt. Auch die Propaganda des Vertrauens kennt also ihre Entartungsform – sie heisst nicht Terror, sondern Konformität; nicht Lüge, sondern Selbstgefälligkeit.

Und doch bleibt am Ende dieses Kapitels ein Kontrast stehen, der für alles Weitere in diesem Buch wichtig ist. Man kann die Instrumente der Propaganda – Mythos, Symbol, Inszenierung, Wiederholung, Gemeinschaftserlebnis – in den Dienst der Entmündigung stellen oder in den Dienst der Selbstbehauptung; man kann mit ihnen Hass züchten oder Zusammenhalt. Die Schweizer Variante war deshalb so wirksam, weil ihre Botschaften durch die Wirklichkeit gedeckt waren, jedenfalls hinreichend: Es gab die Abstimmungen wirklich, es gab die Milizarmee wirklich, die Erzählung und das Erlebnis der Bürger widersprachen einander nicht täglich – jener Abstand zwischen Behauptung und Erfahrung, an dem die DDR zugrunde ging, blieb hier klein. Vertrauen ist die einzige Währung, in der Propaganda langfristig zahlungsfähig bleibt. Das ist die Schweizer Lektion, und sie ist doppelbödig: Sie zeigt, dass demokratische Gesellschaften der Verführung nicht wehrlos gegenüberstehen, dass Erzählungen auch schützen können. Und sie warnt zugleich – denn eine Erzählung, die so gut funktioniert, dass niemand sie mehr als Erzählung erkennt, ist genau das, was dieses Buch von der ersten Seite an beschreibt.

Die lauten Propagandisten des zwanzigsten Jahrhunderts sind gestürzt, ihre Plakate hängen in Museen. Die leise Erzählung vom Alpenland der Freien hängt nirgends – sie wohnt in den Köpfen, unauffällig wie ein Möbelstück, das immer schon dastand. Vielleicht ist das die letzte Stufe der Meisterschaft: eine Propaganda, die man erst bemerkt, wenn man versucht, sich eine Welt ohne sie vorzustellen.



Das Theater der Untertanen – Nordkorea und die Kunst des Mitspielens

Pjöngjang, der Kim-Il-sung-Platz, ein Feiertagsmorgen. Hunderttausend Menschen in choreographierten Blöcken, Fahnen in synchronisierten Wellen, Blumenbögen, die sich auf Kommando heben. Irgendwo in der siebzehnten Reihe steht eine Frau mittleren Alters, Buchhalterin in einem Staatsbetrieb, und schwenkt eine Papierblume im vorgeschriebenen Takt. Sie glaubt nicht, was die Lautsprecher verkünden. Sie weiss, dass die Frau neben ihr es auch nicht glaubt, und die Frau neben ihr weiss es von ihr. Die Aufseherin des Wohnviertels, die die Anwesenheit kontrolliert, weiss es vermutlich von allen – und alle wissen, dass es nicht darauf ankommt. Niemand hier wird geprüft, ob er glaubt. Geprüft wird, ob er winkt. Am Abend, zu Hause, bei heruntergelassenen Vorhängen, wird die Familie Reisschnaps trinken, über den Betriebsleiter lästern und eine geschmuggelte südkoreanische Serie schauen, deren Besitz Lagerhaft bedeuten kann. Zwei Leben, sauber getrennt: eines für die Bühne, eines für die Küche. Die Frau empfindet das nicht als Zerreissprobe. Sie empfindet es als Normalität. Es ist die vielleicht unheimlichste Pointe der Propagandageschichte: Das totalste Propagandasystem der Welt funktioniert, obwohl kaum jemand ihm glaubt.

Dieses Buch hat bisher stillschweigend eine Annahme mitgeführt: dass Propaganda auf Überzeugung zielt – dass sie gewonnen hat, wenn die Menschen glauben. Nordkorea, das letzte geschlossene Propagandasystem der Erde, widerlegt diese Annahme, und die Widerlegung ist lehrreicher als jedes Klischee über das Land. Denn das Klischee – ein Volk von hypnotisierten Robotern, das weinend vor Führerstatuen zusammenbricht – ist seinerseits eine Erzählung, die im Westen gern verkauft wird, weil sie sich gut verkauft. Wer mit Menschen spricht, die in dem Land gelebt haben, mit Geflohenen, mit den wenigen Künstlern und Unternehmern, die dort gearbeitet haben, hört ein anderes, komplizierteres Bild: Viele Nordkoreaner wissen sehr genau, was Propaganda ist und was nicht. Die Inszenierung ihres Alltags ist so total, so flächendeckend, so offensichtlich, dass unterhalb dieser Ebene ein zweites, halbwegs normales Leben möglich wird – solange man den Lippendienst leistet. Man winkt bei der Parade, man legt die Blumen nieder, man wiederholt die Formeln in der Selbstkritikszung.

Nicht aus Glauben. Aus demselben Grund, aus dem Menschen überall auf der sicheren Seite bleiben: weil wir bequeme Tiere sind, weil wir Ärger meiden, weil die Kinder eine Zukunft brauchen. Die Zensur, die das System am zuverlässigsten trägt, ist die Selbstzensur – und die braucht keine Überzeugung, nur Voraussicht.

Der tschechische Dramatiker Václav Havel hat für diesen Mechanismus, lange vor seiner eigenen Präsidentschaft, das klassische Bild geliefert: den Gemüsehändler, der zwischen Zwiebeln und Karotten das Schild «Proletarier aller Länder, vereinigt euch!» ins Schaufenster stellt. Glaubt der Mann an die Weltrevolution? Die Frage ist falsch gestellt, sagt Havel. Das Schild bedeutet nicht, was es sagt. Es bedeutet: Ich bin gehorsam, ich mache keine Schwierigkeiten, lasst mich in Ruhe. Der Händler würde sich weigern, ein Schild aufzustellen, auf dem stünde: «Ich habe Angst und gehorche deshalb» – das wäre die Wahrheit, und gerade sie wäre unerträglich, weil sie ihn erniedrigte.

Die ideologische Formel erlaubt ihm, seinen Gehorsam vor sich selbst zu verstecken. Genau darin liegt die Funktion später, erschöpfter Diktaturen-Propaganda: Sie liefert nicht Überzeugungen, sondern Fassaden – eine gemeinsame Sprache der Unterwerfung, in der jeder jedem täglich signalisiert, dass er nicht ausscheren wird. Das Ritual ist der Loyalitätstest, nicht der Inhalt. Deshalb bestehen solche Systeme auf Formen, die längst niemand mehr ernst nimmt: Die Absurdität ist kein Konstruktionsfehler, sie ist der Punkt. Wer bereit ist, öffentlich Absurdes zu bekunden, hat bewiesen, dass er zu allem bereit ist.

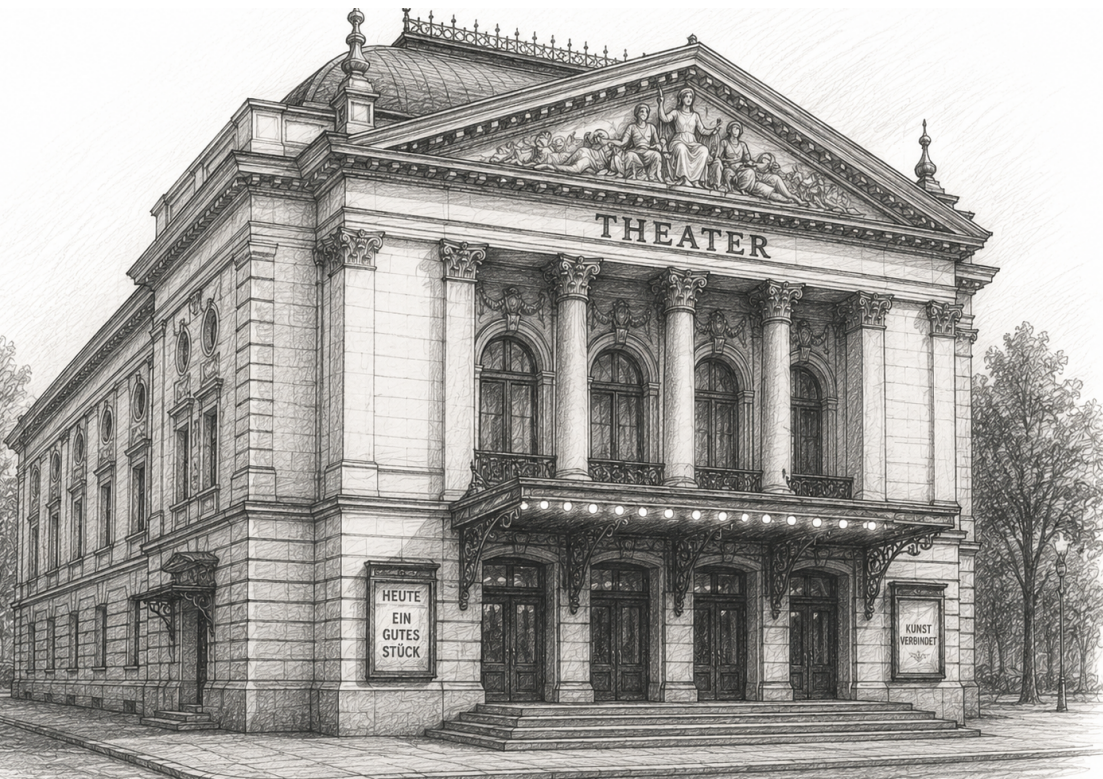
Die DDR-Bürger, denen wir im dritten Kapitel begegnet sind, kannten diese Grammatik auswendig. Man ging zur Mai-Demonstration und trug das Transparent, dessen Losung man im Betrieb nicht einmal mehr ironisch zitierte; man lernte die doppelte Sprache – eine für die Versammlung, eine für die Datsche –, und man zog sich in das zurück, was Soziologen später die Nischengesellschaft nannten: Familie, Garten, Freundeskreis als entpolitisierte Schutzräume, in denen das eigentliche Leben stattfand. Der Staat duldete die Nischen, solange die Fassade stand; die Bürger pflegten die Fassade, um die Nischen zu behalten. Es war ein stillschweigender Vertrag, und er erklärt, warum solche Systeme von aussen so stabil wirken – und warum sie dann binnen Wochen zusammenbrechen. Der Ökonom Timur Kuran hat das Phänomen Präferenzverfälschung genannt: Wenn alle öffentlich etwas anderes bekunden, als sie privat denken, weiss niemand, wie viele so

denken wie er. Jeder hält sich für eine Minderheit. Bis ein Ereignis – eine geöffnete Grenze, eine Kerzendemonstration, ein Satz in einer Pressekonferenz – das wahre Verhältnis aufblitzen lässt, und dann kippt nicht die Meinung, denn die war längst gekippt; es kippt nur ihre Sichtbarkeit.

Der Herbst 1989 war keine Bekehrung von Millionen. Er war der Moment, in dem Millionen einander zum ersten Mal sehen konnten. Propaganda, die auf Fassaden baut, kontrolliert nicht, was die Menschen denken. Sie kontrolliert, was die Menschen voneinander wissen – und das ist ihre Stärke und ihre Sollbruchstelle in einem. Bleibt die Frage, die ein norwegischer Künstler, der als einer der ganz wenigen Westler Konzerte in Pjöngjang organisiert hat, seinen westlichen Zuhörern hinterliess wie einen Splitter: Wir schauen auf die nordkoreanischen Paraden und finden sie fremd, kitschig, beinahe rührend altmodisch – und ziehen daraus den beruhigenden Schluss, dass wir gegen so etwas immun sind. Aber immun sind wir nur gegen diese Machart. Die Frage ist, ob wir die subtileren Formen, denen wir selbst ausgesetzt sind, ebenso zuverlässig erkennen – oder ob uns die Grellheit der fremden Propaganda bloss den Blick auf die Unauffälligkeit der eigenen verstellt. Und es gibt eine zweite, noch unbequeme Übertragung. Auch offene Gesellschaften kennen Fassadensprache – nicht staatlich verordnet, aber sozial erzwungen.

Wer je in einer Sitzung genickt hat, obwohl er widersprechen wollte; wer je eine Formulierung in den sozialen Netzwerken gewählt hat, nicht weil sie seine Ansicht traf, sondern weil sie den Shitstorm vermied; wer je öffentlich beklatscht hat, was er privat beklagt – der hat, in homöopathischer Dosis, das Schild des Gemüsehändlers ins Fenster gestellt. Der Unterschied zu Pjöngjang ist gewaltig und real: Bei uns kostet das Ausscheren Reputation, dort das Leben; bei uns konkurrieren viele Fassaden, dort steht eine. Aber der Mechanismus – öffentliche Bekundung als Zugehörigkeitsbeweis, Schweigen als Versicherung, die schleichende Entkopplung von Sagen und Meinen – ist derselbe Muskel. Und Präferenzverfälschung vergiftet auch Demokratien: Wo Menschen ihre wirklichen Ansichten nur noch der Wahlkabine anvertrauen, werden Umfragen zu Fiktionen, Debatten zu Ritualen und Wahlabende zu Überraschungen, die keine hätten sein müssen. Das Regime in Pjöngjang verlangt keine Herzen mehr; es verlangt Hände, die winken. Vielleicht ist das die letzte Reifestufe der Propaganda: Sie gibt den Anspruch auf, geglaubt zu werden, und begnügt

sich damit, aufgeführt zu werden. Die freie Gesellschaft erkennt man dann nicht daran, dass in ihr niemand Theater spielt. Man erkennt sie daran, dass man das Stück verlassen darf – und daran, wie viele es sich trotzdem nicht trauen.



Die Kunst und die Macht

Hollywood, ein Studiogelände an der La Brea Avenue, Frühsommer 1940. Auf dem Set herrscht eine Stille, wie sie bei Komödien selten ist. Ein kleiner Mann mit Bürstenbart – die halbe Welt lacht über diesen Bart, die andere Hälfte marschiert hinter ihm her – steht vor der Kamera und tut etwas, das alle Regeln seines Handwerks bricht: Er fällt aus der Rolle. Charlie Chaplin, der grösste Komiker seiner Zeit, hört mitten im Film auf, den Diktator Hynkel zu spielen, blickt geradeaus ins Objektiv und beginnt, zu den Menschen der Welt zu sprechen – über Gier, über Maschinen, über die Macht, die beim Volk liegt. Seine Berater haben abgeraten: zu politisch, zu riskant, Amerika ist noch neutral. Chaplin dreht die Szene trotzdem, wieder und wieder, bis sie sitzt. Er weiss genau, was er da herstellt. Es ist Propaganda – er wird es später selbst so nennen. Er hält sie nur für notwendig. Und die Frage, die über dem Set schwebt, ist dieselbe, die über diesem ganzen Kapitel schwebt: Wenn die Guten zu denselben Mitteln greifen wie die Bösen – woran erkennt man dann noch den Unterschied?

Dieses Buch hat die Kunst bisher als Dienerin der Macht gezeigt: die Höhlenmaler im Dienst der Schamanen, die Barockbaumeister im Dienst der Kirche, David im Dienst Napoleons, Riefenstahl im Dienst des Regimes. Das ist die eine Hälfte der Wahrheit. Die andere Hälfte lautet: Kein Werkzeug der Propaganda ist je so oft gegen die Macht gewendet worden wie die Kunst. Sie ist die einzige Waffe in diesem Buch, die in beide Richtungen schiesst – und an ihr lässt sich deshalb am schärfsten studieren, was die Werkzeuge der Verführung von der Absicht unterscheidet, die sie führt.

Beginnen wir mit der Verdichtung, der Kernkompetenz aller Bildpropaganda. 1968 sass in Dublin ein junger Grafiker namens Jim Fitzpatrick über einem Foto des kurz zuvor in Bolivien exekutierten Che Guevara und tat, was Propagandisten seit Alexanders Münzmeistern tun: Er vereinfachte. Version um Version strich er Details, bis nur noch Fläche blieb – schwarze Locken, Stern, ein in die Ferne gerichteter Blick, Rot als Grund. Fitzpatrick machte das Bild absichtlich so schlicht, dass jeder es kopieren konnte, verzichtete auf seine Rechte, verteilte Drucke und Vorlagen – und schuf damit, nach eigener Auskunft ganz bewusst als Stück Propaganda gedacht, eines der meistre-

produzierten Bilder der Geschichte. Die Pointe dieser Geschichte liegt in ihrem weiteren Verlauf: Das Bild löste sich von seinem Gegenstand. Es wanderte auf T-Shirts, Feuerzeuge, Studentenbuden und Werbeplakate, es verkaufte Revolte als Stimmung an Menschen, die über den historischen Che, seine Kämpfe und seine Erschiessungskommandos wenig wussten und wenig wissen wollten. Die Ikone hatte den Menschen verzehrt. Das ist die erste Lektion der Bildmacht: Ein hinreichend verdichtetes Bild beantwortet keine Fragen mehr – es ersetzt sie. Vierzig Jahre später wiederholte sich der Vorgang mit umgekehrtem Vorzeichen, als ein amerikanischer Street-Art-Künstler aus einem Pressefoto des Senators Obama ein Porträt in Rot, Beige und Blau destillierte, drunter ein einziges Wort: Hoffnung. Auch hier: Reduktion, Flächen, Blick in die Ferne; auch hier ein Bild, das nicht informierte, sondern ein Gefühl beglaubigte – Vision, Legitimität, Patriotismus. Der Künstler selbst nannte sein Handwerk unumwunden Propaganda und fand, sie müsse nichts Schlechtes sein, wenn sie verantwortlich eingesetzt werde. Genau an diesem Satz scheiden sich seit hundert Jahren die Geister, und dieses Kapitel wird ihn nicht schlichten. Es kann nur zeigen, was der Satz kostet.

Denn die zweite Lektion handelt von der Auslassung, und sie ist unbequemer. Die heimtückischste Propaganda, hiess es einmal treffend, sei die Propaganda des Weglassens. Man muss dafür nicht in Diktaturen schauen; es genügt ein Museum. Die grossen Landschaftsgemälde des neunzehnten Jahrhunderts, die den amerikanischen Westen in erhabenem Licht zeigten – leeres Paradies, unberührtes Land, bereit zur Besiedlung –, waren technisch Meisterwerke und ideologisch Immobilienprospekte: Ihre Leere war eine Behauptung, denn das Land war nicht leer. Der Cree-Künstler Kent Monkman hat in unserer Zeit denselben Malstil, dieselbe Autorität des Historienbildes genommen und mit ihr die Gegengeschichte erzählt – Bilder über die Kinder, die man indigenen Familien wegnahm, mit dem freundlich-ikonischen Mountie der Postkarten als Vollstrecker. Man kann an diesem Doppelbild das ganze Problem nationaler Selbstbilder besichtigen, das uns bei Müllers Tell und beim österreichischen Opfermythos schon begegnet ist: Gemalt wird immer. Die Frage ist, wer fehlt.

Die dritte Lektion handelt vom Lachen. Alle Totalitarismen hassen den Humor, und sie haben recht damit – aus ihrer Sicht. Das Lachen ist die einzige Reaktion, die sich der Einschüchterung strukturell entzieht: Wer lacht, hat in diesem Moment keine Angst, und Angst ist der

Treibstoff jeder Gewaltherrschaft. Chaplins «Grosser Diktator» hat Hitler nicht gestürzt, aber er hat etwas geleistet, was tausend empörte Leitartikel nicht leisteten: Er hat den Nimbus angekratzt, die Aura des Schicksalhaften, von der die Führerkulte leben – der Diktator als eitler Hampelmann, der mit dem Globus Ballett tanzt. Die Karikatur arbeitet seit Jahrhunderten mit demselben Skalpell, und man soll sich über ihre Methode nicht täuschen: Auch sie ist Propaganda. Der Zeichner fixiert ein winziges, oft halbwahres Detail – Napoleons angebliche Kleinheit, die Tollpatschigkeit eines amerikanischen Präsidenten, der in Wahrheit Sportler war, die Hände eines anderen – und wiederholt es, bis das Detail zur Person geworden ist. Ehrliche Karikaturisten geben das zu; einer der besten sprach von den Selbstzweifeln, die ihn plagten, weil er wisse, dass er ein Weltbild verkaufe und für einen Lacher weit gehe. Der Unterschied zur Staatspropaganda liegt nicht in der Technik. Er liegt in der Richtung – Satire tritt nach oben – und im Pluralismus: Die Karikatur ist eine Stimme unter vielen und beansprucht kein Monopol. Wo dieses Nach-oben-Treten tödlich beantwortet wird, zeigt sich, was auf dem Spiel steht: Als 2015 die Redaktion von Charlie Hebdo ausgelöscht wurde, galt der Anschlag exakt der Funktion des Spotts – der Weigerung, irgendeine Macht, auch die religiös begründete, vom Gelächter auszunehmen. Man muss die Blätter nicht mögen, um den Punkt zu verstehen: Eine Gesellschaft, in der über bestimmte Mächte nicht mehr gelacht werden darf, hat diesen Mächten bereits abgetreten, was ihr gehörte.

Die vierte Lektion ist die verblüffendste: die Unterwanderung. Manchmal bekämpft man die Sprache der Macht am wirksamsten, indem man sie nicht kritisiert, sondern übererfüllt. Die slowenische Band Laibach trat seit den achtziger Jahren in quasi-totalitärer Ästhetik auf – Uniformen, Fahnen, Pathos –, übertrieb die Formensprache der Macht um jenes entscheidende Quäntchen, das sie als Formensprache sichtbar macht, und wurde dafür ihr Leben lang gefragt, ob sie das nun ernst meine: Der Stachel dieser Kunst ist, dass sie die Antwort verweigert und die Deutungsarbeit dem Publikum überlässt – Zumutung statt Botschaft. Einer ihrer Wegbegleiter beschrieb die Methode mit dem Bild der Termite, die ein scheinbar unbezwingbares Gebäude von innen aushöhlt, statt den Porzellanladen zu zertrümmern. Es ist dieselbe Strategie, mit der Künstler in echten Diktaturen überleben und wirken: Ai Weiwei, aufgewachsen als Sohn eines verbannten Dichters in den Lagern der Kulturrevolution, hat den Gedanken auf seine härteste Formel gebracht – im totalitären System werde stets die Ur-

heberschaft gelöscht, der Autor werde durch den Staat ersetzt; schon das Hervortreten des Einzelnen als Einzelner sei darum ein politischer Akt. Er hat für diesen Akt mit Schlägen, Haft und Exil bezahlt. Seine Kunst nennt er selbst Propaganda – aber eine, die nicht aus einem mächtigen Staat kommt, sondern aus dem Herzen eines Individuums. In diesem einen Satz steckt die ganze Doppelnatur, um die dieses Kapitel kreist.

Und der deutschsprachige Raum? Er hat zu dieser Geschichte zwei Fussnoten beigezeichnet, die keine sind. Die erste: Die radikalste Kunstrevolte des zwanzigsten Jahrhunderts, Dada, wurde 1916 in Zürich geboren, im Cabaret Voltaire an der Spiegelgasse, ein paar Häuser von Lenins Exilwohnung entfernt – mitten im Weltkrieg, als Antwort auf eine Welt, in der die Sprache der Zeitungen und Generalstäbe zur Mordmaschine verkommen war. Die Dadaisten zertrümmerten die Sprache, weil sie ihr nicht mehr trauten; ihr Unsinn war eine Diagnose. Wer heute durch Feeds voller synthetischer Empörung scrollt, versteht diese Diagnose womöglich besser als jede Generation dazwischen. Die zweite Fussnote: Als die DDR 1976 den Liedermacher Wolf Biermann ausbürgerte, weil seine Verse gefährlicher schienen als jede Untergrundzelle, bestätigte der Staat unfreiwillig, was dieses Kapitel behauptet – dass die Mächtigen die Kunst genau deshalb fürchten und begehren, weil sie wirkt, wo Argumente nicht hinreichen: im Gefühl, im Bild, im Lied, das man nicht mehr aus dem Kopf bekommt. Die Petition der Künstlerkollegen gegen die Ausbürgerung wurde zum Anfang vom Ende der kulturellen Loyalität im Land. Regime überstehen Panzer. Lieder sind schwieriger.

Bleibt die Frage vom Anfang, die Chaplin-Frage: Wenn beide Seiten dieselben Mittel führen – Verdichtung, Wiederholung, Rührung, Ikone –, was unterscheidet dann die Aufklärung von der Verführung? Drei Prüfsteine bieten sich an, und keiner ist bequem. Erstens die Richtung der Macht: Stärkt das Werk die Starken oder die Schwachen, tritt es nach oben oder nach unten?

Zweitens die Offenheit der Mittel: Zeigt es seine Machart oder verbirgt es sie – lädt es zum Denken ein oder ersetzt es das Denken? Drittens, am wichtigsten, das Umfeld: Duldet der Absender den Widerspruch, die Parodie, die Gegenrede – oder löscht er sie? Chaplins Rede besteht alle drei Prüfungen; Riefenstahls Lichtdome keine einzige. Dazwischen liegt das weite, graue Feld, auf dem fast alle Kunst



und fast alle Kommunikation stattfindet. Es gibt für dieses Feld keinen Algorithmus. Es gibt nur das Urteil – unseres.

Die Kunst ist der Beweis, dass die Werkzeuge der Propaganda nicht böse sind, sondern herrenlos. Sie dienen dem Schamanen und dem Spötter, dem Ministerium und dem Verbannten, und sie fragen nie, wem. Deshalb ist die Frage «Ist das Kunst oder Propaganda?» falsch gestellt. Die richtige lautet: In wessen Dienst steht dieses Bild – und würde sein Auftraggeber mir erlauben, darüber zu lachen?



Das Ende der Torwächter

Zürich, ein Grossraumbüro an der Werdstrasse, 14:47 Uhr. Auf dem Bildschirm des Onlineredakteurs stehen zwei Versionen derselben Schlagzeile. Version A ist präzise: «Bundesrat prüft Anpassung der Krankenkassenprämien». Version B ist ein Griff ins Nervensystem: «Prämien-Schock: Das droht uns allen». Rechts oben, in Echtzeit, das Dashboard: Klicks, Verweildauer, Absprungrate, die Kurve der Konkurrenz. Der Redakteur ist kein Zyniker. Er hat Journalismus studiert, er glaubt an den Beruf. Aber er weiss, was die Kurve mit Version A machen wird. Er hat vier Sekunden. Er wählt B. Vier Sekunden, eine Entscheidung, anderthalb Millionen Leser. Am Feierabend wird er sich nicht mehr daran erinnern. Es war ja nur eine Schlagzeile von vierzig an diesem Tag.

Um zu ermessen, was in den letzten zwanzig Jahren zerbrochen ist, muss man sich die Welt davor vergegenwärtigen – nicht nostalgisch, sondern nüchtern. In der Bundesrepublik, in Österreich, in der Schweiz gab es bis in die neunziger Jahre eine überschaubare Zahl von Toren, durch die Information die Öffentlichkeit erreichte: die «Tageschau» um acht, die «Zeit im Bild», die Hauptausgabe von SRF, dazu einige grosse Zeitungen vom Boulevard bis zur NZZ und zur FAZ. Vor jedem dieser Tore stand ein Wächter – Redaktionen, die entschieden, was wichtig, was belegt, was druckbar war. Dieses System war nie neutral. Es hatte blinde Flecken, Standesdünkel, eine Schlagseite zur Mitte, es übersah Randstimmen und irrte bisweilen kollektiv.

Aber es erzwang etwas, dessen Wert man erst erkennt, seit es fehlt: eine gemeinsame Grundmenge an Tatsachen. Man konnte über die Rentenreform verschiedener Meinung sein – aber man stritt über dieselbe Reform, gestützt auf dieselben Zahlen, gesehen in derselben Sendung.

Der Boulevard war dabei stets das Labor der Aufmerksamkeitsökonomie, lange vor dem Internet. «Bild», «Blick» und die «Kronen Zeitung» wussten Jahrzehnte vor jedem Algorithmus, dass Angst, Empörung und Sensation sich besser verkaufen als Einordnung – die «Krone» erreichte in Österreich zeitweise fast die Hälfte der Bevölkerung, eine Marktdurchdringung, von der Plattformen nur träumen konnten,

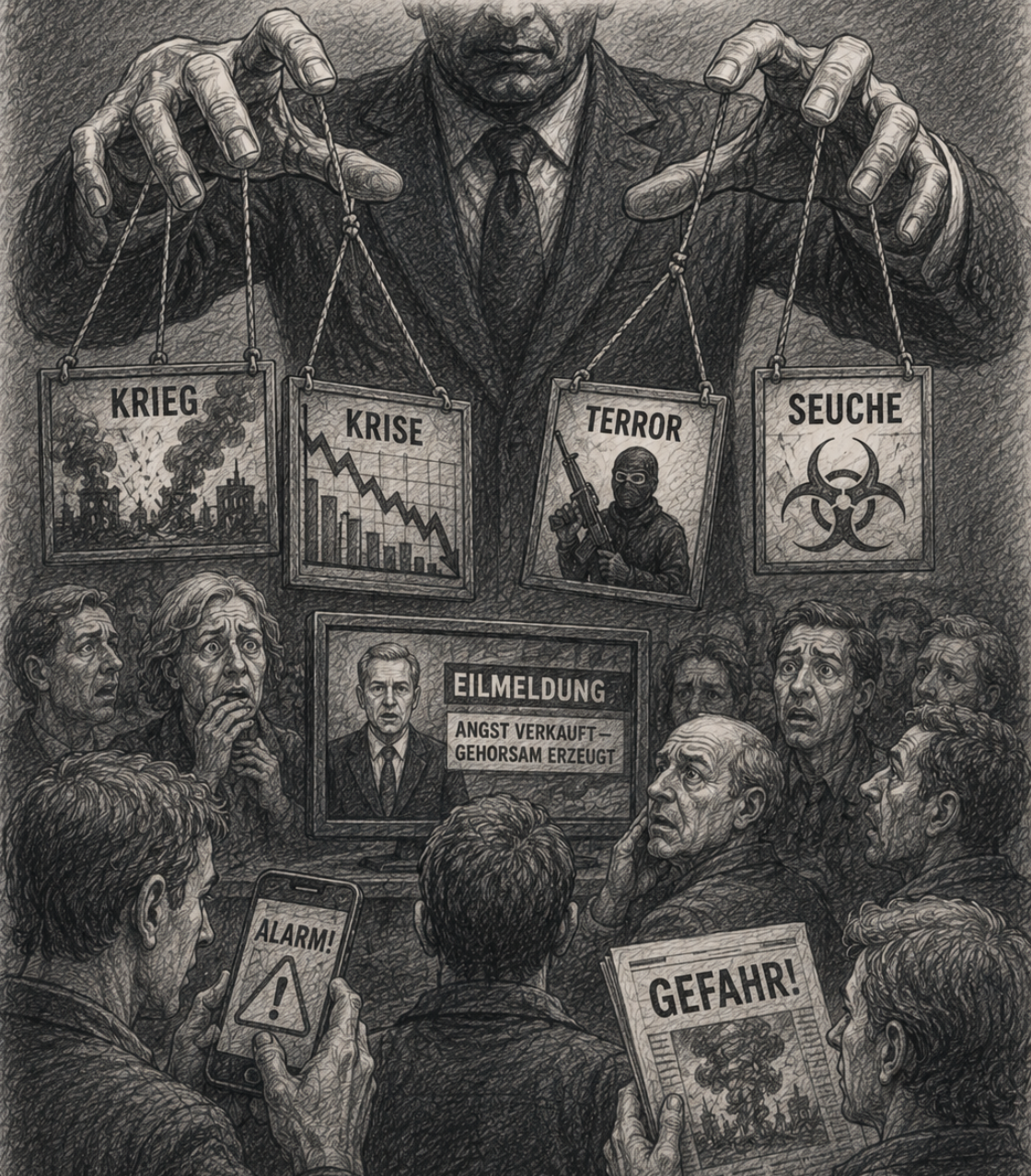
und mit ihr eine politische Hebelwirkung, die Kanzler kommen und gehen spürte. Wer verstehen will, wie Emotionalisierung industriell funktioniert, muss keine Serverfarm besichtigen. Ein Zeitungsarchiv genügt. Neu ist nicht das Prinzip. Neu ist, dass das Prinzip von der Ausnahme zur Infrastruktur wurde.

Denn dann fielen die Tore. Das Internet, verheissungsvoll gestartet als grosse Demokratisierung – jeder ein Sender, niemand mehr auf Gnade der Redaktionen angewiesen –, löste sein Versprechen ein, und genau das wurde zum Problem. Die Zahl der Stimmen explodierte, aber die Aufmerksamkeit der Menschen blieb, was sie immer war: begrenzt auf vierundzwanzig Stunden am Tag, zwei Augen, ein erschöpfbares Hirn. Wo Information knapp ist, ist Aufmerksamkeit billig; wo Information im Überfluss existiert, wird Aufmerksamkeit zum umkämpften Rohstoff der Welt. Herbert Simon, Ökonom und Nobelpreisträger, hatte das schon 1971 formuliert: Ein Reichtum an Information erzeugt eine Armut an Aufmerksamkeit. Es dauerte vierzig Jahre, bis aus dem akademischen Satz ein Geschäftsmodell von Billionenwert geworden war.

Gleichzeitig brach den alten Wächtern das Fundament weg. Die Anzeigenerlöse, die den Journalismus ein Jahrhundert lang finanziert hatten, wanderten zu zwei, drei kalifornischen Konzernen; Redaktionen schrumpften, Lokalzeitungen starben oder fusionierten zu Mantelredaktionen, in denen dieselben Texte unter verschiedenen Titeln erscheinen. Und die Überlebenden gerieten in jene Zwickmühle, die unser Redakteur an der Werdstrasse jeden Nachmittag spürt: Wer im Netz von Klicks lebt, übernimmt zwangsläufig ein Stück der Logik des Boulevards – auch dort, wo das Selbstbild seriös bleibt. Die Schlagzeile wird geschärft, die Empörung mitgenommen, der Konjunktiv in die Unterzeile verbannt. Nicht aus Bosheit. Aus Ökonomie. Das ist der entscheidende Punkt, und er wird uns durch dieses ganze Buch begleiten: Die Verzerrung unserer Öffentlichkeit braucht keine Verschwörung. Sie braucht nur Anreize. Millionen einzelner, rationaler, kleiner Entscheidungen – vier Sekunden, Version B – summieren sich zu einem System, das niemand so gewollt hat und das doch alle täglich reproduzieren.

Was an die Stelle der Torwächter trat, war kein leeres Feld, sondern ein neuer Wächtertyp, der sich nicht als solcher zu erkennen gibt: die Plattform. Facebook, YouTube, X, TikTok, Instagram entscheiden

DIE ANGST ALS BOTSCHAFT



heute für Milliarden Menschen, welche Information sie erreicht – aber sie treffen diese Entscheidung nicht nach Relevanz oder Wahrheit, sondern nach der einzigen Grösse, die ihr Geschäftsmodell kennt: Verweildauer. Der alte Wächter fragte: Stimmt das? Ist das wichtig? Der neue Wächter fragt: Bleibst du dran? Es ist der folgenreichste Rollentausch in der Geschichte der Öffentlichkeit, und er wurde nie beschlossen, nie abgestimmt, nirgends verkündet. Er geschah einfach, Update für Update.

Die Folgen lassen sich im deutschsprachigen Raum präzise besichtigen. Debatten, die früher durch die Institutionen liefen, laufen heute durch die Feeds – schneller, schriller, fragmentierter. Politiker lernen, dass eine Zuspitzung auf X mehr Reichweite bringt als eine Rede im Parlament; die klassischen Medien wiederum berichten über die Zuspitzung, weil sie Reichweite bringt, und verstärken so, was sie beklagen. Es entsteht ein Kreislauf wechselseitiger Erregungsverstärkung, in dem die lauteste Stimme systematisch gewinnt. Und am Rand dieses Kreislaufs wächst etwas Neues: ganze Gegenöffentlichkeiten mit eigenen Kanälen, eigenen Autoritäten, eigenen Tatsachen – Paralleluniversen, die sich mit der alten Öffentlichkeit kaum noch berühren, ausser im gegenseitigen Misstrauen.

Man kann den alten Torwächtern vieles vorwerfen, und man soll es auch. Aber die Frage, die dieses Kapitel hinterlässt, lautet nicht, ob die Wächter gut waren. Sie lautet: Kann eine Demokratie ohne gemeinsame Grundmenge an Tatsachen überhaupt noch verhandeln? Verhandeln setzt voraus, dass man sich wenigstens darüber einig ist, worüber man sich uneinig ist. Genau diese minimale Einigkeit ist es, die gerade verdunstet – nicht durch Verbot, nicht durch Zensur, sondern durch tausendfache Aufspaltung.

Früher stritt die Familie am Esstisch über die Nachrichten des Abends. Heute hat jeder seine eigenen. Der Streit ist leiser geworden. Das sollte uns nicht beruhigen.

Die Angst als Botschaft – vom Golfkrieg zum Islamischen Staat

Washington, ein Anhörungssaal des Kongresses, Oktober 1990. Ein fünfzehnjähriges Mädchen, das nur seinen Vornamen nennt – Nayirah –, schildert unter Tränen, was es als freiwillige Helferin in einem Spital in Kuwait-Stadt gesehen haben will: irakische Soldaten, die Säuglinge aus den Brutkästen rissen und auf dem kalten Boden sterben liessen. Die Kameras laufen. Die Erzählung geht um die Welt, der amerikanische Präsident wiederholt sie mehrfach, Senatoren berufen sich in der Kriegsdebatte auf sie. Was das Publikum nicht erfährt: Das Mädchen ist die Tochter des kuwaitischen Botschafters in Washington. Ihr Auftritt wurde von einer der grössten PR-Agenturen der Welt vorbereitet, engagiert von einer kuwaitischen Lobbyorganisation, Budget in Millionenhöhe. Nach dem Krieg werden Journalisten und Menschenrechtler die Geschichte prüfen und in ihrem Kern nicht bestätigen können. Da sind die Bomben längst gefallen. Bernays' Erben, könnte man sagen, hatten geliefert – und eine Faustregel dieses Gewerbes gleich mit: Die Widerlegung kommt immer nach dem Krieg. Zwischen dem Ende des Kalten Krieges und dem Aufstieg der Plattformen liegt ein Vierteljahrhundert, das in diesem Buch bisher übersprungen wurde – zu Unrecht, denn in ihm wurden die Techniken geschmiedet, mit denen das einundzwanzigste Jahrhundert seine Kriege erzählt. Es ist die Epoche, in der die Angst endgültig zur Botschaft wurde: erst als Ware westlicher Kriegskommunikation, dann als Waffe eines Terrors, der ohne Massenmedien gar nicht existieren könnte, schliesslich als Geschäftsmodell einer Empörungsindustrie, die von beidem lebt.

Der Golfkrieg von 1991 war der erste Krieg, der als Fernsehformat geführt wurde. Die Bilder, die um die Welt gingen, stammten aus Bordkameras von Präzisionsbomben – grünliches Nachtsichtgrau, Fadenkreuz, Einschlag, Schnitt. Ein Krieg ohne sichtbare Tote, sauber wie ein Videospiel; die Öffentlichkeit sah die Munition fliegen, aber nicht ankommen. Zugleich hatten die Militärs aus Vietnam gelernt, jener Niederlage, die sie zeitlebens auch als Niederlage der Bilder deuteten: Diesmal wurden die Journalisten nicht frei durchs Land streifen gelassen, sondern in Pools organisiert, gebrieft, geführt. Zwölf Jahre später, im Irakkrieg von 2003, perfektionierte man das System unter

dem Begriff des «Embedding»: Hunderte Reporter, eingebettet in kämpfende Einheiten, lieferten dramatische, authentische, menschlich anrührende Bilder – aus der Perspektive der Truppe, mit der sie assen, schliefen und beschossen wurden. Kaum ein eingebetteter Journalist log. Das musste auch niemand verlangen. Die Perspektive selbst war die Botschaft: Wer den Krieg monatelang durch die Sehschlitze eines Schützenpanzers erlebt, berichtet anders als einer, der in den zerstörten Städten steht. Es war die Vervollkommnung jener Einsicht, die uns durch dieses ganze Buch begleitet – dass die wirksamste Beeinflussung nicht die Fälschung des Bildes ist, sondern die Wahl des Standpunkts, von dem aus es entsteht.

Dann kam der 11. September 2001, und mit ihm eine Umkehrung, die man verstanden haben muss, um die Gegenwart zu verstehen: Der Terror ist selbst Propaganda – Propaganda der Tat, wie schon die Anarchisten des neunzehnten Jahrhunderts ihre Attentate nannten. Terroristen können Armeen nicht besiegen; ihre Gewalt ist militärisch bedeutungslos und kommunikativ alles. Das Ziel des Anschlags ist nie das Opfer, sondern das Publikum: Die Tat ist eine Inszenierung, berechnet auf maximale Bildwirkung, und sie delegiert ihre Verbreitung an die Medien der Angegriffenen. Die brennenden Türme wurden zur meistgesendeten Bildsequenz der Geschichte – kein Propagandaministerium der Welt hätte diese Reichweite kaufen können, und die Attentäter bekamen sie geschenkt, von jedem Sender, der tat, was Sender tun müssen: berichten. Das ist das Dilemma, das der Terrorismus dem freien Journalismus einbrennt und für das es keine saubere Lösung gibt. Schweigen wäre Zensur und liesse Gerüchte wuchern; Senden vollendet das Kalkül der Täter. Die Angst, die auf die Bilder folgte, war real und verständlich – und sie war zugleich statistisch grotesk überdehnt: Jahr für Jahr starben in westlichen Ländern mehr Menschen im Strassenverkehr, an Stürzen, an Grippe als durch Terror, aber keine dieser Gefahren bekam je Sondersendungen, Farbwarnstufen und Verfassungsdebatten. Terror wirkt nicht durch Zerstörung. Er wirkt durch Verstärkung – unsere.

Auf die Propaganda der Tat antwortete der Westen mit der Propaganda des Rahmens. «Krieg gegen den Terror» – schon der Name war eine rhetorische Weichenstellung: Ein Krieg hat Fronten, Verbündete, Sieg und Niederlage; ein Krieg duldet keine Neutralen. «Entweder ihr seid mit uns, oder ihr seid mit den Terroristen» – die Formel teilte die Welt binär, und die «Achse des Bösen» sortierte souveräne Staaten in

eine Dämonologie, deren Vokabular älter war als jede Analyse. In diesem Rahmen wurde der Feldzug gegen den Irak vorbereitet, und sein zentrales Beweisstück ist zum Lehrbeispiel der Epoche geworden: Im Februar 2003 hielt der amerikanische Außenminister vor dem Sicherheitsrat der Vereinten Nationen ein Ampullenfläschchen in die Kamera und präsentierte Satellitenbilder, Tonmitschnitte, Zeichnungen mobiler Biowaffenlabore – eine multimediale Beweisführung für Massenvernichtungswaffen, die es, wie sich herausstellte, nicht gab. Colin Powell nannte den Auftritt später einen Schandfleck seiner Laufbahn. Für den deutschsprachigen Leser hat diese Geschichte eine besondere Pointe, denn ihre fragwürdigste Quelle sass in Deutschland: Ein irakischer Überläufer, Deckname «Curveball», hatte dem Bundesnachrichtendienst die Geschichten von den mobilen Laboren erzählt; die deutschen Dienste hielten ihn für unzuverlässig und warnten – in die amerikanische Beweisführung wanderten seine Erzählungen trotzdem. Deutschland und die Regierung Schröder verweigerten sich dem Krieg, die Schweiz blieb neutral, Österreich ebenso; der Riss ging durch den Westen, durch die NATO, durch Familien. Und als die Waffen nicht gefunden wurden, geschah das eigentlich Epochale: Millionen Menschen, die den Krieg mit Verweis auf die Beweise unterstützt oder hingenommen hatten, speicherten eine Erfahrung ab, die alle künftigen Propagandisten bewirtschaften würden – dass auch Demokratien mit Karten, Kurven und Ampullen lügen können. Jede Verschwörungserzählung der folgenden zwanzig Jahre, von der Pandemie bis zum Ukrainekrieg, trägt diesen Kronzeugen im Gepäck: Denkt an den Irak.

Aus den Trümmern dieses Krieges stieg dann die Organisation auf, die die Propaganda der Tat ins Plattformzeitalter übersetzte. Der sogenannte Islamische Staat war viele Dinge – Terrormiliz, Protostaat, apokalyptische Sekte –, aber er war vor allem: eine Medienproduktionsfirma mit angeschlossenem Kalifat. Seine Videos waren keine wackligen Bekennerbänder mehr, sondern durchkomponierte Kurzfilme, drei bis fünf Minuten, geschnitten für den Online-Konsum, mit Drohnenaufnahmen, Zeitlupen im dramatischen Moment, einer Ästhetik, die Hollywood und Videospiele zitierte, weil ihre Zielgruppe mit beidem aufgewachsen war. Die inszenierten Hinrichtungen, die Zerstörung der Altertümer von Ninive und Nimrud vor laufender Kamera – all das war auf einen Mechanismus hin gebaut, den die Strategen der Miliz vollkommen verstanden hatten: Sie brauchten kein Sendernetz, denn wir waren ihr Sendernetz. Empörtes Teilen verbrei-

tet ein Video so zuverlässig wie zustimmendes; der Algorithmus unterscheidet nicht, warum geklickt wird. Ein Teil der Rekrutierungspropaganda lief derweil auf denselben Plattformen, auf denen Teenager ihre Katzenvideos tauschten – Hochglanzbilder vom Kalifat als Abenteuer, Gemeinschaft, Sinn; das Angebot einer Rolle, wie es uns bei den Verschwörungsmilieus wieder begegnen wird. Die Antwort der Staaten ab 2015 war folgerichtig eine neue Form der Kriegsführung: Man bombardierte, neben den Stellungen, die Infrastruktur der Sichtbarkeit – Kontenlöschungen im Industriemasstab, das «Bombardieren des Internets», wie es ein Beobachter nannte. Es wirkte, so weit solche Dinge wirken: Die Reichweite brach ein. Aber die Methode blieb in der Welt, frei kopierbar; die Handbücher der digitalen Radikalisierung werden seither von anderen weitergeschrieben, in anderen Milieus, anderen Sprachen, mit besseren Werkzeugen.

Und noch etwas blieb: das Gegenbild. Zwei Jahrzehnte Terrorangst haben in westlichen Gesellschaften ein Feindbild sedimentieren lassen, das seinerseits industriell bewirtschaftet wurde – von gut finanzierten Kampagnennetzwerken, die pauschale Angst vor Muslimen zu Politik verarbeiteten, über Boulevardschlagzeilen bis zu den Empörungsökonomien der Plattformen. Hier schliesst sich ein Kreis, den man nüchtern benennen muss, weil er das Betriebsgeheimnis aller Extreme ist: Die Prediger des Dschihad und die Prediger des Kulturkampfes brauchen einander. Beide leben von derselben Behauptung – dass es ein friedliches Miteinander nicht geben kann –, und jeder Anschlag der einen liefert den anderen Material, jede Pauschalverdächtigung der anderen liefert den einen Rekruten. Polarisierung ist kein Nebeneffekt dieser Propaganda. Sie ist ihr gemeinsames Produkt, hergestellt in verteilten Rollen von Akteuren, die sich als Todfeinde inszenieren und als Geschäftspartner funktionieren.

Die Angst ist die älteste Botschaft der Welt und die billigste: Man muss sie nicht begründen, nur auslösen – den Rest erledigt das Publikum, das teilt, sendet, warnt und wiederholt. Vielleicht ist das die bitterste Lehre dieser zwei Jahrzehnte: Terror und Kriegspropaganda haben nie unsere Städte erobert. Sie haben unsere Verstärker erobert. Und die meisten davon tragen wir in der Tasche.

Die unsichtbaren Architekten

Ein Büro an der amerikanischen Westküste, spätabends, Jahre vor der Gegenwart. Eine Entwicklerin – nennen wir sie so, es waren viele, und es war nie eine allein – verschiebt einen Parameter im Bewertungssystem des Newsfeeds. Kommentare und geteilte Beiträge sollen künftig schwerer wiegen als ein blosses Gefällt-mir; «bedeutungsvolle Interaktionen» heisst das im Auftrag, und der Auftrag klingt gut. Sie startet den Test, die Kurven steigen, das Meeting am Montag wird erfreulich. Was die Kurven nicht zeigen: Nichts erzeugt so zuverlässig Kommentare wie Empörung, nichts wird so eifrig geteilt wie Entrüstung. Eine Zeile Konfiguration, ein Beschluss in einem Sitzungszimmer – und in Wohnzimmern von Wanne-Eickel bis Wels verschiebt sich unmerklich die Tonlage der Welt. Kein Ministerium hat je mit so wenig Aufwand so viel Wirklichkeit bewegt.

Wenn die Propagandisten des zwanzigsten Jahrhunderts Architekten der Wirklichkeit waren, dann sind die Empfehlungsalgorithmen des einundzwanzigsten ihre unsichtbaren Nachfolger – mit drei Unterschieden, die alles verändern. Erstens: Sie haben keine Absicht. Ein Algorithmus will nichts, er optimiert. Zweitens: Sie kennen ihr Publikum nicht als Masse, sondern als Individuum – jede und jeder erhält eine massgeschneiderte Wirklichkeit. Drittens: Sie lernen. Jede Berührung des Bildschirms ist eine Rückmeldung, jedes Zögern ein Datenpunkt, jede durchscrollte Nacht ein Trainingslauf. Goebbels musste raten, was die Massen bewegt. Die Maschine muss nicht raten. Sie misst.

Man muss sich die Grundmechanik in ihrer ganzen Banalität klarmachen, denn ihre Banalität ist ihre Tarnung. Die grossen Plattformen verdienen ihr Geld fast ausschliesslich mit Werbung. Werbung braucht Aufmerksamkeit. Also ist die Kennzahl, auf die praktisch alles im System hin optimiert wird, die Zeit und Intensität der Nutzung. Die Frage, die der Algorithmus millionenfach pro Sekunde beantwortet, lautet nicht: Was ist wahr? Auch nicht: Was ist gut für diesen Menschen? Sondern: Was hält diesen Menschen jetzt, in dieser Sekunde, am zuverlässigsten hier? Und auf diese Frage gibt die menschliche Psyche seit der Steinzeit dieselben Antworten: das Bedrohliche, das Empörende, das Stammeseigene, das Skandalöse, das Süsse, das Extreme.

Unsere Vorfahren, die beim Rascheln im Gebüsch zusammenzuckten, überlebten häufiger als die Gelassenen. Wir sind die Nachkommen der Schreckhaften – und der Feed weiss das, ohne es zu wissen.

So entsteht, ganz ohne Verschwörung, eine strukturelle Verzerrung zugunsten des Erregenden. Interne Untersuchungen grosser Plattformen – durch Whistleblower wie Frances Haugen an die Öffentlichkeit gelangt – beschrieben genau das: Umstellungen, die das «Engagement» steigern sollten, belohnten messbar Wut und Zuspitzung; Parteien und Verlage in Europa berichteten den Konzernen intern, sie fühlten sich gezwungen, negativer zu kommunizieren, weil Sachlichkeit vom System bestraft werde. Man halte einen Moment inne bei diesem Satz.

Politische Akteure passen ihre Sprache an die Vorlieben einer Maschine an, die ihre Vorlieben aus unseren Schwächen errechnet. Das ist keine Propaganda im alten Sinn. Es ist etwas Neues und in gewisser Hinsicht Unheimlicheres: eine Erregungsbewirtschaftung ohne Bewirtschafter.

Die zweite grosse Wirkung der unsichtbaren Architekten ist die Personalisierung der Wirklichkeit. Zwei Menschen, die dasselbe Stichwort suchen, sehen nicht dasselbe; zwei Nachbarn, die dieselbe App öffnen, betreten verschiedene Welten. Der Aktivist Eli Pariser prägte dafür das Bild der Filterblase; die Forschung hat es seither verfeinert und teils relativiert – die reine Blase, in die nie ein Widerspruch dringt, ist selten. Realistischer ist ein anderes Bild: Wir sehen die Gegenseite durchaus, aber wir sehen sie in ihrer schrillsten, dümmsten, empörendsten Gestalt, weil genau diese Gestalt am meisten Interaktion erzeugt. Die Maschine zeigt uns den Gegner nicht, wie er ist, sondern wie er uns am zuverlässigsten aufregt.

Das Ergebnis ist keine Ahnungslosigkeit, sondern etwas Schlimmeres: eine präzise gepflegte Zerrkenntnis des Anderen. Man weiss ständig, was «die da drüben» angeblich denken – und hält sie darum für verrückter, böser und gefährlicher, als sie sind. Sozialwissenschaftler nennen das falsche Polarisierung: Die gefühlte Spaltung eilt der tatsächlichen weit voraus. Aber Gefühle wählen mit.

Dazu kommt die stille Macht der Reihenfolge. Was oben steht, existiert; was auf Seite zwei steht, existiert kaum; was der Feed nicht zeigt, ist nicht widerlegt, sondern schlicht nicht geschehen. Die wirksamste Manipulation des digitalen Zeitalters ist deshalb nicht die Falschmeldung – es ist die Gewichtung. Sie hinterlässt keine Spuren, sie kann

nicht «gefactencheckt» werden, sie fühlt sich an wie die Welt selbst. Sichtbarkeit ist die neue Wahrheit, Ranking das neue Dekret. Und niemand hat es unterschrieben.

Zur Gewichtung kommt das Design, und auch hier lohnt der nüchterne Blick auf die Mechanik. Der endlose Feed, der nie unten ankommt; das automatische Anspielen des nächsten Videos, das die Entscheidung zum Aufhören in eine Entscheidung zum Abbrechen verwandelt; das verzögerte Aufblinken der Benachrichtigung, das dem Belohnungssystem des Gehirns jenes unregelmässige Intervall serviert, auf das es am stärksten anspricht – die Verhaltensforschung kennt diesen Mechanismus seit den Taubenexperimenten der fünfziger Jahre, und die Spielautomatenindustrie hat ihn zur Perfektion getrieben, lange bevor die erste App ihn übernahm.

Nichts an diesen Bauformen ist Zufall; vieles davon wurde in Laboren für «überzeugende Technologie» entwickelt, mit A/B-Tests an Millionen Nutzern verfeinert und in Handbüchern des Gewohnheitsdesigns dokumentiert. Einige der Ingenieure, die diese Schleifen bauten, haben sich später öffentlich davon distanziert und erklären seither auf Bühnen, was sie damals optimierten: nicht Information, sondern Rückkehr. Man muss diese Reue nicht rühren, um ihren Informationswert zu schätzen. Sie bestätigt aus dem Maschinenraum, was die Statistik von aussen zeigt – dass die durchschnittliche tägliche Bildschirmzeit in den DACH-Ländern inzwischen bei mehreren Stunden liegt, bei Jugendlichen deutlich darüber, und dass diese Stunden nicht deshalb entstehen, weil die Inhalte so gut wären, sondern weil das Gefäss so gebaut ist, dass Aufhören Arbeit bedeutet.

Für dieses Buch ist das keine Randnotiz über digitale Hygiene. Es ist eine Machtfrage: Jede Stunde, die eine Bauform der Willenskraft abringt, ist eine Stunde Empfänglichkeit – für Werbung, für Erregung, für wen auch immer im Feed als Nächstes spricht.

Es wäre bequem, an dieser Stelle ein Feindbild zu zeichnen: die zynischen Konzerne, die uns süchtig machen. Die Wirklichkeit ist unbequemer. In den Unternehmen arbeiten überwiegend Menschen, die ihre Produkte für nützlich halten und Missbrauch aufrichtig bekämpfen – und die zugleich in einem Anreizsystem stecken, das Wachstum und Verweildauer belohnt, Quartal für Quartal. Der Nutzer wiederum ist nicht das wehrlose Opfer, als das er sich gern sieht: Er greift zum Gerät, zweihundert Mal am Tag, freiwillig, im Wartezimmer, an der

Ampel, neben dem schlafenden Kind. Die Maschine hat unsere Schwächen nicht erfunden. Sie hat sie nur zum ersten Mal in der Geschichte vollständig vermessen, industriell erschlossen und in Echtzeit bewirtschaftet. Der Rohstoff dieser Industrie sind nicht Daten, wie es immer heisst. Der Rohstoff sind wir – unsere Reflexe, unsere Ängste, unsere Eitelkeit, unser Bedürfnis, dazuzugehören. Daten sind nur das Fördergut.

Die Propagandaministerien der Geschichte hatten Sendepläne. Der Feed hat keinen Feierabend. Er wartet im Dunkeln neben dem Bett, und das Erste, was viele von uns am Morgen berühren, ist nicht die Hand eines Menschen.



Der gläserne Wähler

London, ein Konferenzraum, 2016. Ein Mann mit Brille steht vor einer Präsentationsfolie, auf der ein menschlicher Umriss aus Datenpunkten zusammengesetzt ist. Er spricht über Ozean-Modelle, Persönlichkeitsdimensionen, über Neurotizismus als Zielgrösse. Man könne, sagt er, alleinerziehende Mütter identifizieren, die zu Ängstlichkeit neigen, und ihnen andere Botschaften zeigen als selbstbewussten Männern mittleren Alters – dieselbe Kampagne, tausend Gesichter, jedes unsichtbar für alle anderen. Im Publikum: Nicken, Notizen, keine Empörung. Es ist ja nur Marketing. Zwei Jahre später wird der Name der Firma um die Welt gehen, und Millionen Menschen werden zum ersten Mal begreifen, dass die Fragebögen, Likes und Quizze, die sie beiläufig ausgefüllt haben, zu einem Röntgenbild ihrer Persönlichkeit verrechnet worden sind.

Cambridge Analytica ist zum Mythos geworden, und Mythen verstellen den Blick. Die nüchterne Bilanz: Die Firma beschaffte sich über eine Quiz-App die Daten von Dutzenden Millionen Facebook-Nutzern, grösstenteils ohne deren Wissen, und behauptete, daraus psychologische Profile für zielgenaue politische Werbung zu destillieren. Wie kriegsentscheidend das im Einzelnen war – beim Brexit-Referendum, bei der US-Wahl 2016 –, ist unter Forschern bis heute umstritten; vieles an der Selbstdarstellung der Firma war Verkaufsprosa. Aber wer sich an der Wirkungsfrage festbeisst, verpasst die eigentliche Zäsur. Sie liegt nicht darin, dass Manipulation versucht wurde – das ist so alt wie die Wahl selbst. Sie liegt darin, dass hier zum ersten Mal sichtbar wurde, was der Werkzeugkasten des einundzwanzigsten Jahrhunderts grundsätzlich erlaubt: Wahlkampf nicht mehr als öffentliche Rede an alle, sondern als Millionen privater Zuflüsterungen, jede auf die Schwachstelle des Empfängers berechnet, keine von der Öffentlichkeit überprüfbar.

Man muss sich klarmachen, was damit zerbricht. Das Plakat am Bahnhof mag verkürzen und zuspitzen – aber es hängt für alle sichtbar da. Der politische Gegner kann es kontern, die Presse kann es zerpfücken, der Historiker kann es archivieren. Die dunkle Anzeige dagegen – «dark ad» ist ein präziser Begriff – erscheint nur im Feed der Zielperson und verschwindet. Der Nachbar sieht eine andere, der

Journalist sieht keine, das Gedächtnis der Öffentlichkeit bleibt leer. Politische Kommunikation wird unsichtbar für alle ausser dem Beworbenen. Damit fällt die Grundbedingung, unter der Demokratien Wahlkampf immer geduldet, ja geschätzt haben: dass er im Licht stattfindet. Inzwischen haben Werbebibliotheken und europäische Regeln etwas Licht zurückgebracht – die Logik selbst aber ist geblieben und längst Alltag aller Parteien, in Berlin wie in Wien wie in Bern: Zielgruppen, A/B-Tests, Botschaften nach Postleitzahl, Alter, Ängsten. Der deutschsprachige Raum hat seine eigenen Lehrstücke geliefert, und das aufschlussreichste stammt aus Österreich.

Die Ibiza-Affäre von 2019 – ein heimlich gefilmtes Video, das den Vizekanzler beim Fantasieren über gekaufte Medien zeigt – war zunächst ein klassischer Skandal. Aber der Satz, der aus jener Nacht auf der Finca bleiben wird, ist einer über Mechanik, nicht über Moral: die Idee, eine auflagenstarke Zeitung zu übernehmen und mit ihrer Hilfe Wahlen zu bewegen – «Zack, zack, zack». Was der Mann im Video skizzierte, war keine Erfindung, sondern die zynische Beschreibung einer realen Grundstruktur: Wer Reichweite besitzt oder kauft, besitzt politische Hebelkraft. Die Jahre danach vertieften die Lektion. Ermittlungen und Chatprotokolle rund um die sogenannte Inseratenaffäre führten einer verblüfften Öffentlichkeit vor, wie eng in Österreich Regierungsinserate, wohlwollende Berichterstattung und mutmasslich frisierte Umfragen verflochten sein konnten – Meinungsforschung nicht als Messung der Stimmung, sondern als deren Herstellung. Und das Schlagwort der Ära Kurz, «Message Control», wurde zum Lehrbegriff für eine Regierungstechnik, die es in Demokratien überall gibt und die dort nur selten so offen benannt wird: die Verwandlung von Regierungskommunikation in permanente Kampagne – jedes Bild geplant, jede Botschaft getaktet, jede Abweichung sanktioniert. Nichts davon ist Diktatur. Aber alles davon verschiebt die Gewichte zwischen Politik und Öffentlichkeit, Millimeter für Millimeter, weg von der Rechenschaft, hin zur Regie.

Deutschland und die Schweiz zeigen die leiseren Spielarten. Im Bundestagswahlkampf gehören Mikrotargeting und plattformgerechte Empörungsbewirtschaftung längst zum Standard aller Lager; die AfD etwa baute ihre Reichweite massgeblich auf einer Social-Media-Maschinerie auf, die die Erregungslogik der Plattformen früher und konsequenter bediente als die Konkurrenz – eine Feststellung über Handwerk, nicht über Programmatik, denn dasselbe Handwerk steht

jedem offen und wird zunehmend von allen benutzt. Die Schweiz wiederum, mit ihren vier Abstimmungsterminen im Jahr, ist so etwas wie das Dauerlabor der politischen Überzeugungsarbeit: Kampagnen sind hier Routine, Zuspitzung ist Tradition – man denke an die plakative Bildsprache, die eidgenössische Abstimmungskämpfe seit Jahrzehnten prägt –, und die Frage, wie viel Geld welche Sichtbarkeit kaufen darf, wurde erst 2022 mit Transparenzregeln überhaupt erstmals national beantwortet. Direkte Demokratie ist die anspruchsvollste Regierungsform, die es gibt: Sie verlangt vom Bürger im Monatstakt Urteile über Rentenmathematik, Energienetze, Völkerrecht. Genau deshalb ist sie auch das empfindlichste Messgerät für den Zustand der Informationsordnung. Wo der Souverän selbst entscheidet, ist die Frage, was der Souverän zu sehen bekommt, keine Medienfrage mehr. Sie ist die Machtfrage.

Bleibt die unbequemste Einsicht dieses Kapitels: Der gläserne Wähler hat sich selbst entkleidet. Niemand zwang uns, Persönlichkeitstests zu teilen, Likes zu streuen, jede Regung zu dokumentieren. Wir taten es, weil es bequem war und unterhaltsam und weil alle es taten. Die Werbeindustrie nennt den Handel beim Namen: Du zahlst nicht mit Geld. Aus Bürgern, die Öffentlichkeit bilden, werden so Profile, die Öffentlichkeit empfangen – jeder seine eigene, keiner die des anderen. Bertolt Brecht notierte einst die Pointe, eine Regierung könnte, wenn ihr das Volk nicht passe, sich einfach ein anderes wählen. Die zeitgemässe Variante ist subtiler: Man muss das Volk nicht mehr auflösen. Es genügt, es zu segmentieren.

Der Wahlkampf der Zukunft wird nicht mehr auf dem Dorfplatz entschieden und nicht im Fernsehduell, sondern in einer Milliarde privater Bildschirmmomente, die niemand ausser ihren Empfängern je gesehen hat. Die Frage ist nicht, ob das Manipulation ist. Die Frage ist, wie wir eine Manipulation kontrollieren wollen, die per Definition unsichtbar ist.



Die leise Propaganda des Alltags

Ein Tram der Linie 11, Zürich, an einem beliebigen Dienstag. Eine junge Frau, nennen wir sie Lea, fährt zwölf Minuten von Oerlikon in die Innenstadt. In diesen zwölf Minuten sieht sie: vier Plakate für Uhren, deren Preis ihrem Monatslohn entspricht, getragen von Menschen ohne Poren; eine Werbung für ein Müesli, auf der eine Familie lacht, wie noch nie eine Familie über Müesli gelacht hat; auf ihrem Telefon eine Frau ihres Alters, die «einen ganz normalen Morgen» mit sich teilt – Yoga bei Sonnenaufgang, Proteinshake, makellose Küche, verlinkte Produkte; dazwischen die Ferienfotos zweier Bekannter, Malediven, Lissabon, und einen gesponserten Beitrag für eine Kreditkarte, «weil du es dir wert bist». Niemand hat Lea in diesen zwölf Minuten belogen. Kein einzelnes dieser Bilder ist eine Fälschung. Und doch steigt sie mit einem Gefühl aus, das sie beim Einsteigen nicht hatte: dass ihr Leben, verglichen mit dem Leben, ein wenig zu klein ist. Das Gefühl hat keinen Absender. Es hat nur Rechnungsadressen.

Wenn dieses Buch bisher von Propaganda sprach, hatte sie meist ein Gesicht: ein Ministerium, einen Feldherrn, eine Plattform, einen Kanal. Dieses Kapitel handelt von der Propaganda, die keines hat – und die gerade deshalb die vielleicht erfolgreichste von allen ist. Niemand steht auf und sagt: Ich konsumiere gern Propaganda. Propaganda ist immer das, was die anderen konsumieren; wir selbst haben Geschmack, Lebensstil, Werte. Aber wer die Standardgeschichte der Propaganda aufschlägt – Kirche, Nazis, Sowjets, heute noch Trollfabriken –, dem entgeht das Grösste, weil es das Nächste ist: die tägliche, flächendeckende, generationenübergreifende Bewirtschaftung unserer Vorstellungen davon, was ein gutes Leben ist, wie ein richtiger Mann, eine richtige Frau, eine richtige Familie auszusehen hat und was man besitzen muss, um jemand zu sein. Es gibt kein Amt, das diese Botschaften aussendet, kein Büro für Männerangelegenheiten, das Rollenbilder dekretiert. Sie liegen in der Luft – in Filmen, Serien, Spots, Schaufenstern, Feeds – und werden durch die Kultur übertragen wie ein Klima. Wir nennen sie nicht Propaganda. Wir nennen sie Stereotype, Ideale, Normalität. Das ist ihr genialster Zug.

Ihre Grundbotschaft hat ein Beobachter einmal auf den kürzesten Satz gebracht: Die erfolgreichste Propaganda aller Zeiten ist die, die

dir einredet, was du wirklich willst, sei reich zu sein. Man muss diesen Satz nicht als Kapitalismuskritik lesen – dieses Buch nimmt nicht Partei gegen Wirtschaftsordnungen, so wenig wie gegen Ideologien –, aber man muss seine Mechanik ernst nehmen, denn sie ist exakt die Mechanik, die wir seit Kapitel eins verfolgen. Da ist die Wiederholung: Kein politischer Slogan der Geschichte wurde so oft gesendet wie die Botschaft, dass Konsum Glück bedeutet; ein Mitteleuropäer begegnet ihr, je nach Zählung, hundertfach bis tausendfach am Tag, vom Frühstücksradio bis zum letzten Scrollen vor dem Einschlafen. Da ist die emotionale Kopplung, Bernays' Erbstück: Verkauft wird nie das Produkt, verkauft wird das Gefühl daneben – die Uhr ist Bedeutung, das Auto ist Freiheit, das Mineralwasser ist Familie. Da ist das Idealbild als Dauerkulisse: Die Wohnungen in den Möbelprospekten, die Körper in der Sportwerbung, die Küchen in den Einrichtungsshows – jene Formate, die ein idealisiertes Konsumleben als erreichbare Normalität ausstellen – verschieben leise die Messlatte, an der Millionen ihr tatsächliches Leben messen. Und da ist, als Motor des Ganzen, der älteste Treibstoff nach der Angst: der Neid.

Eine Kultur, die die Lebensführung des obersten Prozents als Massstab plakatiert, produziert systematisch das Gefühl relativer Entbehrung – den Eindruck, zu kurz zu kommen, selbst bei objektivem Wohlstand. Dieses Gefühl ist ökonomisch erwünscht, denn es kauft. Es ist politisch hochexplosiv, denn es wählt auch. Wer verstehen will, warum Ressentiment-Erzählungen in wohlhabenden Gesellschaften verfangen, sollte nicht nur in die Telegram-Kanäle schauen, sondern auch auf die Plakatwände: Die Empörungsprediger ernten ein Feld, das die Glücksversprecher gepflügt haben.

Das Plattformzeitalter hat dieser alten Maschine zwei neue Gänge eingebaut. Der erste heisst Intimität. Die klassische Werbung kam erkennbar von aussen – ein Spot war ein Spot, ein Plakat ein Plakat, und die Werbetrennung gehörte zu den zivilisatorischen Errungenschaften des Mediensystems. Das Influencer-Marketing unterläuft diese Trennung an ihrer empfindlichsten Stelle: beim Vertrauen. Die Frau, die Lea im Tram beim «ganz normalen Morgen» zusieht, ist keine Fremde wie das Model auf dem Plakat; sie ist über Monate zur parasozialen Bekannten geworden, ihre Empfehlungen fühlen sich an wie die einer Freundin – und sind doch, Beitrag für Beitrag, Bestandteil eines Geschäftsmodells, dessen Kennzeichnungspflichten Gerichte in Deutschland und der Schweiz seit Jahren beschäftigen. Die Werbung hat damit

die letzte Distanz geschluckt, die sie vom Privatleben trennte: Sie spricht jetzt mit der Stimme von Menschen, die wir zu kennen glauben. Der zweite Gang heisst Selbstproduktion. Auf den Plattformen sind wir nicht mehr nur Publikum der Idealbilder – wir stellen sie selbst her. Jedes hochgeladene Ferienfoto, jede kuratierte Küche, jedes gefilterte Gesicht speist die Kulisse, an der die anderen sich messen; die Propaganda des gelungenen Lebens ist zur Heimarbeit geworden, unbezahlt, flächendeckend, mit uns allen als Statisten und Betroffenen zugleich. Studien zu den Folgen, gerade bei Jugendlichen – Vergleichsdruck, Körperbild, Selbstwert –, füllen inzwischen Bibliotheken und Anhörungssäle. Man kann darüber streiten, wie stark die Effekte sind. Dass eine Generation ihre Normalität zum ersten Mal in der Geschichte überwiegend aus optimierten Selbstdarstellungen bezieht, steht ausser Streit.

Auch die Schweiz, Deutschland und Österreich haben ihre eigene, feine Spielart dieser leisen Propaganda, und wer Kapitel vier gelesen hat, wird sie wiedererkennen: das nationale Idyll als Markenkern. Die Alpweide im Werbespot des Grossverteilers, das Matterhorn auf der Schokolade, die Trachtenästhetik im österreichischen Tourismusfilm, das deutsche Ingenieurspathos in der Autowerbung – kommerzielle Kommunikation bewirtschaftet hier seit Jahrzehnten exakt jene Erzählungen, die einst die geistige Landesverteidigung pflegte: Heimat, Handwerk, Reinheit, Verlässlichkeit. «Swissness» ist inzwischen ein juristisch geschützter Warenwert, mit Gesetzesartikeln darüber, wie viel Schweiz in einem Produkt stecken muss, damit das Kreuz aufs Etikett darf. Das ist keine Verschwörung, es ist Markenpflege – aber es zeigt, wie durchlässig die Grenze zwischen nationalem Selbstbild und Verkaufsargument geworden ist: Der Mythos, einmal geschrieben, arbeitet für jeden, der ihn lizenziert. Und gelegentlich zahlt die Politik den Preis, wenn Werbebilder und Wirklichkeit kollidieren – man erinnere sich, wie jede Debatte über Bauernsubventionen, Tierwohl oder Landschaftsschutz im Alpenraum gegen die Übermacht der Werbeidylle anargumentieren muss, die in den Köpfen längst als Realität abgelegt ist.

Man könnte einwenden: All das ist harmlos, verglichen mit Goebbels und Trollfabriken – es will ja nur verkaufen. Der Einwand unterschätzt zweierlei. Erstens die Infrastruktur: Die gesamte Aufmerksamkeitsmaschinerie, die dieses Buch beschreibt – die Messung unserer Reflexe, die Personalisierung der Botschaften, die Optimierung auf

Verweildauer –, wurde nicht für politische Propaganda gebaut. Sie wurde für Werbung gebaut. Die politische Manipulation des einundzwanzigsten Jahrhunderts mietet sich lediglich in ein System ein, das der Konsum errichtet und bezahlt hat; Cambridge Analytica war, technisch gesehen, eine Marketingfirma. Zweitens das Training: Eine Öffentlichkeit, die von Kindheit an lernt, dass Botschaften sie umschmeicheln, dass Bilder optimiert sind, dass hinter jedem Lächeln ein Absatzziel steht, entwickelt genau jene diffuse Daueranpassung ans Beworbenwerden, die auch der politischen Verführung den Boden bereitet – die stille Übereinkunft, dass Kommunikation eben nie ganz ehrlich ist und man das nicht so schwer nehmen soll. Die leise Propaganda des Alltags stürzt keine Regierungen. Sie tut etwas Langfristigeres: Sie gewöhnt uns daran, umworben statt informiert zu werden. Auf diesem Boden wächst dann alles andere.

Am Ende ihrer zwölf Minuten steigt Lea aus, und nichts ist geschehen: kein Befehl, keine Lüge, kein Ministerium. Nur ein paar Dutzend Bilder eines Lebens, das niemand führt, gerichtet an ein Gefühl, das jeder kennt. Die lauteste Propaganda der Geschichte hat Millionen in den Tod marschieren lassen. Die leiseste lässt Milliarden jeden Morgen mit dem Verdacht aufwachen, sie seien noch nicht genug. Man darf sich lange fragen, welche von beiden am Ende tiefer in eine Zivilisation eingreift.

Das Virus und die Geschichte

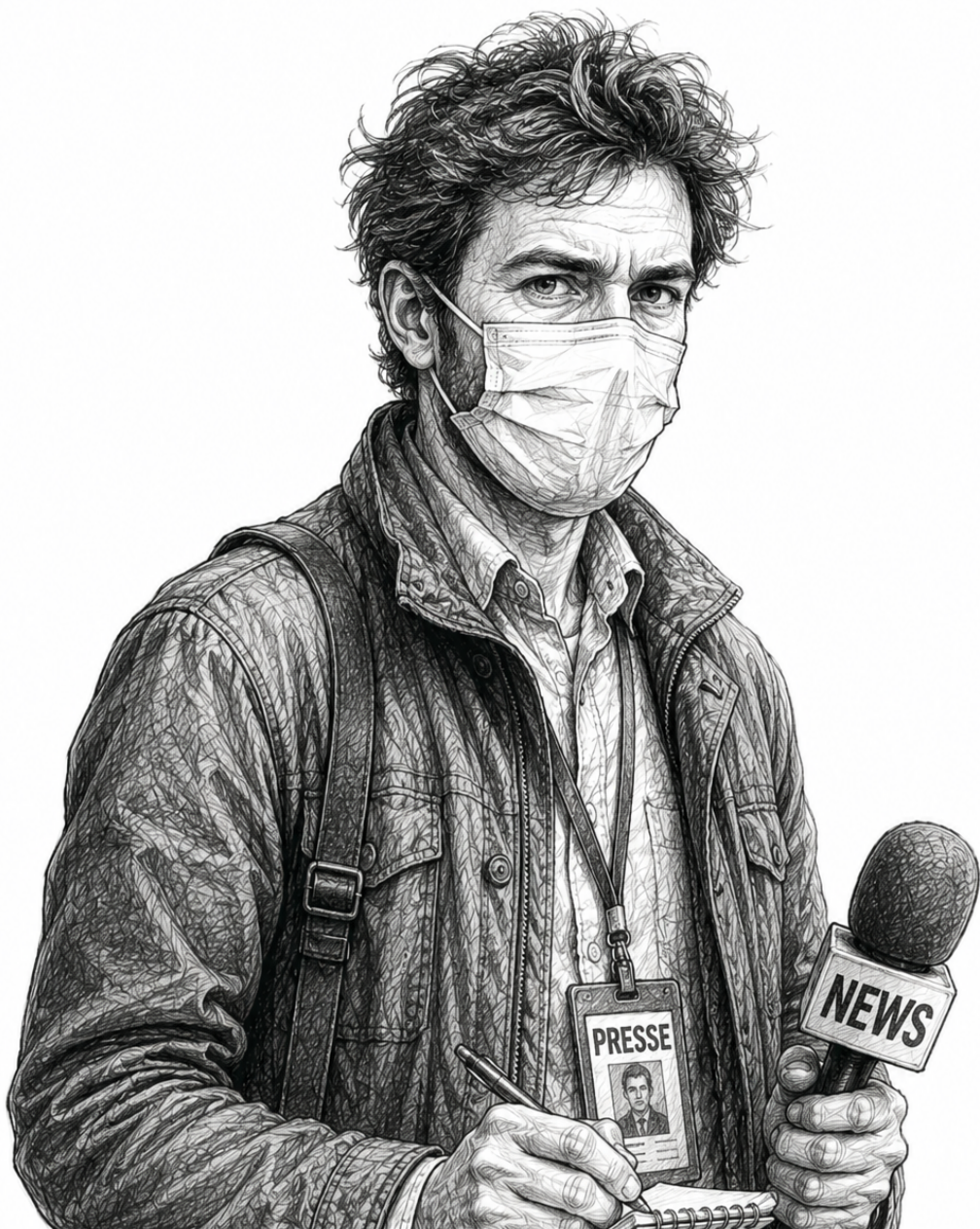
März 2020, irgendwo im deutschen Sprachraum, überall zugleich. Die Strassen sind leer, die Feeds sind voll. Eine Frau sitzt in ihrer Küche und hört im Radio die Ansprache der Kanzlerin: Es sei ernst. Auf ihrem Telefon, gleichzeitig, drei Nachrichten. Die Schwester schickt die Grafik eines Instituts, Kurven, die steil ins Rote laufen. Der Kollege schickt das Video eines Arztes, der ruhig und eindringlich erklärt, das alles sei masslos übertrieben. Eine alte Schulfreundin schickt eine Sprachnachricht, atemlos: Was wirklich dahinterstecke, dürfe man nicht laut sagen. Drei Botschaften, drei Absender, denen sie vertraut. Die Frau legt das Telefon mit dem Bildschirm nach unten auf den Tisch, als könnte man Ungewissheit so beerdigen. Im Treppenhaus klatschen die Nachbarn für das Pflegepersonal. In der Wohnung darüber schreit jemand vor Wut. Es ist dieselbe Pandemie. Es wird nie wieder dieselbe sein.

Die Pandemie war die grösste Informationskrise seit Bestehen der sozialen Medien, und sie war ein Experiment, das kein Ethikrat je genehmigt hätte: Man nehme eine tödliche, unsichtbare, neuartige Bedrohung; eine Wissenschaft, die im Scheinwerferlicht lernen muss und ihre Irrtümer live korrigiert; Regierungen, die unter Zeitdruck in Grundrechte eingreifen; und eine Informationsarchitektur, die Erregung systematisch belohnt. Man rühre um und beobachte, was mit dem Vertrauen geschieht. Die Weltgesundheitsorganisation fand früh ein Wort dafür: Infodemie – die Epidemie der Information, die der Epidemie des Virus vorausseilt.

Es lohnt sich, die Mechanik dieser Monate ohne Häme zu sezieren, denn in ihr steckt fast alles, was dieses Buch behandelt. Am Anfang stand echte Ungewissheit: Übertragungswege, Sterblichkeit, Masken, Schulen – die ehrliche Antwort lautete oft «Wir wissen es noch nicht», und genau diese Antwort ist die einzige, die im Aufmerksamkeitsmarkt chancenlos ist. Ungewissheit ist unerträglich; das menschliche Gehirn füllt sie mit Geschichten, und wer die schnellste, einfachste, emotionalste Geschichte liefert, gewinnt den Moment. Behörden kommunizierten, wie Behörden kommunizieren: vorsichtig, abwägend, im Konjunktiv, gelegentlich widersprüchlich – die Maskenempfehlungen der ersten Wochen wurden später zum Standardbeispiel dafür, wie Kurs-

korrekturen ohne transparente Begründung Vertrauen kosten. In das Vakuum zwischen behördlichem Konjunktiv und menschlichem Bedürfnis nach Gewissheit strömten die Erzähler: seriöse Erklärer, verdiente Wissenschaftler – und daneben, im selben Format, mit derselben Reichweitenchance, die Verkünder der grossen Enthüllung. Hier zeigte sich die neue Architektur der Öffentlichkeit in voller Konsequenz. Der Telegram-Kanal wurde im deutschen Sprachraum zur Kathedrale der Gegenöffentlichkeit: unmoderiert, unlöschar, mit Kanälen, deren Abonnentenzahlen die Auflagen grosser Zeitungen erreichten. Aus der Impfskepsis, die es in Deutschland und der Schweiz seit Robert Kochs Zeiten gibt, aus Esoterik, Alternativmedizin, legitimer Massnahmenkritik, Staatsverdruss und importierten Verschwörungserzählungen wie QAnon verband sich ein Milieu, das es so vorher nicht gab – «Querdenken» wurde sein Sammelname. Man macht es sich zu leicht, wenn man dieses Milieu als Ansammlung von Törichen abtut. Sein Treibstoff war nicht Dummheit, sondern Erzähllogik: Die grosse Verschwörungserzählung bietet alles, was die offizielle Kommunikation nicht bieten konnte – Gewissheit statt Konjunktiv, Sinn statt Zufall, Schuldige statt Statistik, und vor allem: eine Rolle. Wer «aufgewacht» ist, ist nicht mehr ohnmächtiger Empfänger von Verordnungen, sondern Held einer Geschichte, Träger geheimen Wissens, Teil einer verschworenen Gemeinschaft. Das ist exakt die Belohnungsstruktur, die Sekten und totalitäre Bewegungen seit jeher anbieten – nur dass sie jetzt frei Haus geliefert wurde, algorithmisch verstärkt, im Minutentakt.

Zugleich – und das gehört zur Redlichkeit dieses Kapitels – bewährte sich nicht alles, was im Namen der Wahrheit geschah. Plattformen löschten in grossem Stil, und trafen dabei neben Unfug auch legitime Fragen; Positionen, die zeitweise als Falschinformation galten, wurden später ernsthaft diskutiert, etwa zur Herkunft des Virus. Manche Medien verengten in den heissen Phasen den Korridor des Sagbaren stärker, als es dem Publikum guttat, und mancher amtliche Ton geriet belehrender, als es die Beleglage erlaubte. Jede dieser Episoden wurde von den Gegenöffentlichkeiten archiviert und wird bis heute als Beweisstück geführt: Seht her, sie haben gelöscht, was später diskutabel wurde. Das ist die perfide Dynamik der Vertrauenskrise – jeder Fehler der Institutionen finanziert die Kassen derer, die alle Institutionen für gekauft erklären. Wer Vertrauen mit Kontrolle verteidigt, riskiert, es dabei auszugeben.



Die Schweiz fügte dem weltweiten Bild eine Besonderheit hinzu, die Beachtung verdient: Sie stimmte ab. Zweimal, 2021, brachte das Referendum das Covid-Gesetz an die Urne; das Land stritt hart, die Töne wurden schriller, als man es sich gewohnt war – und dann zählte man Stimmen, zweimal, mit klaren Mehrheiten für das Gesetz, hoher Beteiligung und einem Ergebnis, das auch die Verlierer als Ergebnis anerkennen mussten. Man kann darüber streiten, ob Volksabstimmungen in einer Pandemie klug sind. Aber sie leisteten etwas, was keine andere Demokratie ihren Erregten anbot: einen legitimen Kanal, in dem aus diffuser Wut eine zählbare Position wurde – und aus dem Gefühl, übergangen zu werden, ein Prozess, an dem man teilgenommen hat. Der Konflikt verschwand dadurch nicht. Aber er fand einen Boden. Das ist vielleicht die wichtigste institutionelle Lehre dieser Jahre: Gegen Erzählungen der Ohnmacht hilft keine Gegen-Erzählung. Es hilft nur erlebbare Wirksamkeit.

Was bleibt, Jahre danach? Das Virus ist in den Alltag eingesickert, die Gräben sind es auch. Familien, die sich über Impfungen zerstritten, haben Narben behalten; das Milieu der Gegenöffentlichkeit hat sich nicht aufgelöst, sondern neue Themen gefunden – die Infrastruktur des Misstrauens, einmal gebaut, sucht sich ihren nächsten Inhalt. Und in den kollektiven Speicher der Gesellschaft hat sich eine Erfahrung eingeschrieben, deren Langzeitwirkung wir noch nicht kennen: dass in der grössten Krise seit Jahrzehnten Millionen Menschen nebeneinander in unvereinbaren Wirklichkeiten lebten – und dass beide Seiten daraus vor allem den Schluss zogen, mit der anderen sei nicht mehr zu reden.

Eine Pandemie endet, wenn das Virus seine Wirte nicht mehr findet. Für die Infodemie gilt das nicht. Ihre Erreger warten geduldig in den Kanälen auf die nächste Krise – und wir haben ihnen unsere Adressen dgelassen.

Systemrelevant – die Medien in der Pandemie

Berlin, ein Verlagshochhaus, April 2020. Die Anzeigenleiterin starrt auf zwei Kurven. Die eine zeigt die Reichweite: Sie explodiert – nie haben mehr Menschen die Liveticker, die Podcasts, die Sondersendungen konsumiert, der Informationshunger ist grenzenlos. Die andere zeigt die Werbeerlöse: Sie stürzen ab – Reisen, Autos, Handel, Kultur, die halbe Anzeigenkundschaft hat über Nacht storniert. Mehr Publikum als je zuvor, weniger Geld als je zuvor: Es ist das Paradox, das in diesen Wochen jede Redaktion des deutschen Sprachraums erlebt. Und in dieses Paradox hinein tritt, als Retter in der Not, ein Kunde, der nicht storniert, sondern aufstockt: der Staat. Impfkampagnen, Hygieneappelle, Erklärinserate, Sonderförderungen. Die Anzeigenleiterin bucht die Aufträge ein, dankbar, und denkt sich nichts dabei. Zwei Jahre später wird die Hälfte ihrer Verwandtschaft überzeugt sein, dass genau in diesem Moment die Presse gekauft wurde.

Kein Vorwurf hat das Verhältnis zwischen Publikum und Medien im deutschen Sprachraum so verändert wie dieser: Die Mainstream-Medien seien in der Pandemie nicht neutral gewesen – finanziert vom Staat, gefüttert von der Pharmaindustrie, gleichgeschaltet im Ton. Man kann diesen Vorwurf als Verschwörungsgerede abtun; Millionen tun das. Man kann ihn als erwiesene Tatsache behandeln; Millionen tun auch das. Dieses Buch tut, was es bei jedem Propagandavorwurf getan hat: Es zerlegt ihn in seine Bestandteile und prüft, welche davon belegt sind, welche plausibel und welche selbst Propaganda. Das Ergebnis ist unbequem für beide Lager.

Beginnen wir mit dem Belegten, denn davon gibt es mehr, als den Verteidigern der Medien lieb sein kann. Erstens, das Geld: Die Pandemie traf die Presse in ihrer verwundbarsten Stunde – das Anzeigengeschäft, ohnehin von den Plattformen ausgezehrt, brach 2020 zusätzlich ein, während zugleich die Staatsausgaben für Kommunikation historische Höchststände erreichten. Die deutsche Bundesregierung gab für ihre Corona-Aufklärungs- und Impfkampagnen dreistellige Millionenbeträge aus, geschaltet zu erheblichen Teilen in eben jenen Medien, die über die Politik der Auftraggeberin berichteten. Österreich, dessen System der Regierungsinserate wir im Kapitel über den gläsernen Wähler bereits als strukturelles Einfallstor kennengelernt

haben, legte Corona-Sonderförderungen für Medien auf und erreichte bei den Inseraten der öffentlichen Hand Rekordwerte – in einem Land, in dem Gerichte und Untersuchungsausschüsse zeitgleich aufarbeiteten, wie eng Inserate und Wohlwollen verflochten sein konnten. Die Schweiz schnürte Nothilfepakete für die Presse und verbilligte Zustellung und Nachrichtenagentur. Nichts davon war heimlich; alles stand in Amtsblättern und Geschäftsberichten. Aber die Gleichzeitigkeit war fatal: Die Branche, deren Aufgabe die Kontrolle der Regierung ist, wurde in dem Moment von Zuwendungen der Regierung abhängiger, in dem diese Regierung die tiefsten Grundrechtseingriffe der Nachkriegszeit verfügte. Man muss keine einzige gekaufte Zeile nachweisen, um festzustellen: Das ist eine Anordnung, die das Misstrauen nicht erfunden, aber verdient hat.

Zweitens, der Ton: In den ersten Monaten herrschte über weite Strecken das, was Medienforscher später nüchtern dokumentierten – eine Phase des Verlautbarungsjournalismus, in der Pressekonferenzen durchgereicht und Modellrechnungen unhinterfragt bebildert wurden, während die Bandbreite der zitierten Experten eng geführt blieb. Der Effekt ist aus der Forschung als «Rally around the flag» bekannt: In existenziellen Krisen rücken auch Journalisten instinktiv an die Seite der Exekutive, aus Verantwortungsgefühl, aus Angst, aus Zeitnot – Motive, die ehrenwert sind und das Ergebnis nicht besser machen. Positionen, die später zur seriösen Debatte gehörten, von der Laborhypothese über Schulschliessungen bis zur Verhältnismässigkeit einzelner Massnahmen, wurden zeitweise nicht als Gegenargument behandelt, sondern als Grenzüberschreitung; Kritiker erlebten, dass zwischen dem Virologen mit abweichender Risikoeinschätzung und dem Verschwörungsprediger nicht immer sorgfältig unterschieden wurde. Als in Deutschland Jahre später interne Protokolle des Robert-Koch-Instituts öffentlich wurden und Debatten darüber auslösten, wie politische Vorgaben und wissenschaftliche Einschätzung ineinandergriffen, konnten die Gegenöffentlichkeiten ernten, was diese Jahre gesät hatten: Seht her, es war doch nicht alles nur Wissenschaft. Dass die Protokolle zugleich zeigten, wie viel ehrliches Ringen in den Behörden stattfand, ging in der Erregung beider Seiten unter.

Nirgends lässt sich die Anatomie dieses Versagens genauer studieren als an dem Ort, der zum Bild der Pandemie schlechthin wurde: Bergamo. Die Kolonne von Militärlastwagen, die in einer Märznacht 2020 Särge aus der Stadt fuhr, ging binnen Stunden um die Welt und wurde

zur Ikone – das eine Bild, das in jedem Kopf blieb, das in Sondersendungen, Titelseiten und Regierungsansprachen des ganzen Kontinents die Begründungsarbeit übernahm. Man muss hier sehr genau trennen, denn an dieser Trennung entscheidet sich, ob Kritik trägt oder kippt. Real war das Sterben: Die Übersterblichkeit jener Wochen in der Provinz Bergamo gehört zu den bestdokumentierten Befunden der gesamten Pandemie, die Sterberegister der Gemeinden lassen daran keinen Zweifel – wer die Toten von Bergamo zur Inszenierung erklärt, betreibt selbst, was er den Medien vorwirft. Weggelassen aber war der Kontext, und die Auslassung war folgenreich: Die Lastwagen fuhren auch deshalb, weil das Krematorium der Stadt an seiner Kapazitätsgrenze arbeitete und die Covid-Auflagen Beerdigungen, Aufbahrungen und die Überführung durch die Familien weitgehend verunmöglichten – ein Rückstau der Logistik also, der sich auf das Sterbe geschehen aufschichtete. Kaum eine Redaktion, die das Bild sendete, lieferte diese Einordnung mit; das Bild sollte für sich sprechen, und es sprach: Apokalypse.

Ein wahres Bild, dem man den Rahmen nimmt, kann lügen wie eine Fälschung – es ist die Lektion des eingebetteten Journalisten aus dem Terrorkapitel, nur diesmal ohne Absicht und mit grösserer Reichweite. Und während die Ikone um die Welt ging, blieben die Fragen unterbelichtet, die Bergamo tatsächlich aufwarf und die italienische Untersuchungen und Gerichte noch Jahre beschäftigen sollten: warum die rote Zone im Seriana-Tal trotz bekannter Ausbrüche tagelang verschleppt wurde; warum das Spital von Alzano Lombardo nach kurzer Schliessung wieder öffnete und zum Verstärker der Ansteckung werden konnte; wie Erreger gerade durch Kliniken und Heime getragen wurden. Die Staatsanwaltschaft Bergamo ermittelte später bis in die Spitzen der Regierung in Rom – berichtet wurde darüber, aber nie mit einem Bruchteil der Wucht, mit der das Sargbild gesendet worden war.

Auch die Medizin jener ersten Wochen wurde in Teilen revidiert: Die Praxis der frühen invasiven Beatmung etwa korrigierten die Fachgesellschaften, als die Erfahrung zeigte, dass sie manchen Patienten mehr schadete als half – eine normale, ehrliche Lernkurve der Notfallmedizin, die aber öffentlich kaum je als Korrektur erzählt wurde, sodass sie später als Enthüllung erzählt werden konnte. Und schliesslich die beiden Auslassungen, die das Vertrauen am tiefsten beschädigten, weil Millionen Menschen sie im eigenen Leben überprüfen konnten: Dass Kinder nach allem, was die Daten von früh an zeigten, ein

verschwindend geringes Risiko schwerer Verläufe trugen, war in der Fachliteratur rasch Konsens – in der Tonlage der Berichterstattung und der Risikokommunikation kam dieser steile Altersgradient lange kaum vor, während über Schulschliessungen entschieden wurde, deren Folgekosten dieselben Kinder trugen. Und das Sterben ohne Angehörige – die Besuchsverbote in Heimen und Spitälern, unter denen zehntausende alte Menschen allein starben und Familien sich nicht verabschieden durften – wurde erst spät zu dem grossen Thema, das es von Anfang an hätte sein müssen; die Aufarbeitung dieser vielleicht härtesten humanitären Entscheidung der Pandemie begann, als die Massnahmen schon Geschichte waren. Der Befund, der von Bergamo bleibt, ist darum doppelt: Die Toten waren real, und ihr Bild wurde dennoch propagandistisch wirksam – nicht durch Fälschung, sondern durch Entkontextualisierung und durch das, was neben dem übermächtigen Bild alles nicht erzählt wurde. Die heimtückischste Propaganda, so hiess es im Kunstkapitel, ist die Propaganda des Weglassens. Sie braucht keinen Propagandisten. Es genügt eine Branche unter Zeitdruck, ein Bild, das alle Fragen zu beantworten scheint, und ein Publikum in Angst.

Drittens, die Interessenkonflikte: Der Einwand «Big Pharma» ist im deutschen Sprachraum schwächer, als seine Popularität vermuten lässt – anders als in den Vereinigten Staaten, wo Pharmakonzerne mit Publikumswerbung für rezeptpflichtige Präparate zu den grössten Anzeigenkunden der Sender gehören, ist solche Werbung in Deutschland, Österreich und der Schweiz gesetzlich verboten; die These vom Nachrichtenstudio, das am Tropf der Impfstoffhersteller hängt, ist hier weitgehend importierte Erzählung. Real und dokumentiert ist etwas Subtileres: die Abhängigkeit des Wissenschaftsjournalismus von den Presseabteilungen der Konzerne und Institute, die vorgefertigte Studienzusammenfassungen liefern, welche ausgedünnte Redaktionen unter Zeitdruck übernehmen; die Talkshow-Experten, deren Beratungsmandate und Drittmittel selten eingeblendet wurden; die Verengung des Quellenmarkts auf wenige, gut erreichbare Stimmen. Das ist keine Bestechung. Es ist Bequemlichkeitskorruption – die schleichende Übernahme fremder Deutungsrahmen, weil eigene Prüfung Zeit kostet, die niemand mehr bezahlt.

Und viertens die Rechenschaft – das Kapitel, das die Steuerzahler am meisten Geld gekostet und am wenigsten Sendezeit erhalten hat: die Beschaffung. Als im Frühjahr 2020 die halbe Welt gleichzeitig

Schutzmaterial kaufte, standen die Gesundheitsbehörden Europas einem chinesischen Verkäufermarkt gegenüber, auf den sie in nichts vorbereitet waren: Die Lager, die jeder Pandemieplan vorsah, waren der Sparlogik der Vorjahre zum Opfer gefallen; eingespielte Handelskanäle nach Fernost gab es nicht, und Beamte, die auf einem überhitzten Weltmarkt hätten verhandeln können, erst recht nicht. In diese Lücke traten Zwischenhändler, Glücksritter und gut vernetzte Politiker. Deutschland kaufte im sogenannten Open-House-Verfahren zu garantierten Höchstpreisen praktisch unbegrenzt ein und wurde prompt überschwemmt – Milliarden Masken, von denen ein erheblicher Teil nie gebraucht, jahrelang eingelagert und schliesslich vernichtet wurde, während sich das Ministerium mit Lieferanten jahrelang vor Gerichten stritt; ein amtlicher Prüfbericht bezifferte die Mehrkosten und Rechtsrisiken dieses Beschaffungschaos später auf Milliardenhöhe. Abgeordnete kassierten für die blosse Vermittlung von Maskendeals Provisionen in Millionenhöhe, bis Gerichte und Öffentlichkeit dem Treiben ein Ende setzten; in der Schweiz verdiente eine Kleinstfirma ohne jede Branchenerfahrung an staatlichen Maskenaufträgen dreistellige Millionenbeträge; in Österreich flog ein Unternehmen auf, das chinesische Ware als heimische Produktion umetikettiert hatte.

All das haben Journalisten aufgedeckt – die Gegenrechnung dieses Kapitels wird es festhalten. Aber man vergleiche die Bilanz der Aufmerksamkeit: Die täglichen Fallzahlen liefen monatelang als Banner durch jedes Programm, automatisch aktualisiert, kostenlos dramatisch. Die Frage, wohin die Milliarden geflossen waren und wer dafür geradestand, brachte es zu Enthüllungen und Rücktritten – aber selten zu jener Beharrlichkeit, mit der eine Öffentlichkeit signalisiert, dass sie Antworten nicht vergisst. Skandale, die Recherche und Geduld brauchen, verlieren im Aufmerksamkeitsmarkt strukturell gegen Zahlen, die sich täglich von selbst erneuern. Das ist keine Zensur. Es ist die Ökonomie des Vergessens, und sie arbeitet zuverlässiger als jede Vertuschung.

Zur Beschaffung gehört die Anwendung, und auch hier blieb eine Debatte unterbelichtet, die nüchtern zu führen gewesen wäre. Die FFP2-Maske ist ihrer Herkunft nach ein Arbeitsschutzgerät, und als solches unterlag ihr Gebrauch in der Arbeitswelt seit jeher arbeitsmedizinischen Empfehlungen: begrenzte Tragzeiten, regelmässige Erholungspausen, Vorsicht bei körperlicher Anstrengung – weil das Atmen gegen den Widerstand des Filters den Körper belastet. In der Pande-

mie wurde stundenlanges, pausenloses Tragen zur Pflicht, in Zügen, Büros und Klassenzimmern, ohne dass diese etablierten Massgaben je Teil der öffentlichen Kommunikation geworden wären; wer nach Tragepausen für Schulkinder fragte, galt schnell als Massnahmenkritiker, obwohl er nur zitierte, was jede Berufsgenossenschaft ihren Mitgliedern seit Jahrzehnten vorschrieb. Und die Evidenz für einzelne Ausprägungen der Pflicht – die Maske im Freien, die Maske am Grundschulkind – war deutlich dünner, als der kategorische Ton der Verordnungen und weiter Teile der Berichterstattung nahelegte; wie belastbar die Studienlage zum Maskentragen im Bevölkerungsalltag insgesamt ist, wurde nach der Pandemie in der internationalen Fachwelt kontrovers verhandelt – eine Debatte, die man während der Pandemie hätte zulassen dürfen, ohne den Sinn des Maskentragens in Innenräumen und Risikosituationen preiszugeben. Zur Redlichkeit gehört auch hier die Grenzziehung:

Die im Netz kursierende Behauptung, Masken schädigten die Lunge durch eingeatmete Mikropartikel, hat wissenschaftlicher Prüfung nicht standgehalten – in diesem Punkt behielten die Faktenprüfer recht. Der berechnete Kern liegt woanders und wiegt schwer genug: Eine Massnahme, die Millionen Menschen täglich und über Jahre betraf, wurde kommuniziert wie ein Dogma statt wie eine Abwägung – der Nutzen betont, die Belastung beschwiegen, die offene Frage für unstatthaft erklärt. Wo Abwägung durch Verkündung ersetzt wird, füllen später andere die verschwiegene Hälfte auf. Und sie füllen sie selten redlich.

Und nun die Gegenrechnung, die zur Redlichkeit gehört. Dieselben Medien, die angeblich am Gängelband der Regierungen hingen, führten in denselben Jahren einige der härtesten Recherchen gegen eben diese Regierungen: Deutsche Redaktionen deckten die Maskenbeschaffungsaffären auf, bei denen Abgeordnete an Pandemie-Deals verdienten, und erzwangen Rücktritte; österreichische Journalisten trugen die Chatprotokolle und Inseratenverflechtungen ans Licht, die eine Kanzlerschaft beendeten; Schweizer Medien zerpfückten Beschaffungspressen und Berater-Deals. Wer behauptet, «die Medien» seien gekauft gewesen, muss erklären, warum die Gekauften die Käufer reihenweise zu Fall brachten. Die Wahrheit ist unspektakulärer und beunruhigender zugleich: Es gab keinen Kaufvertrag. Es gab eine Anreizlandschaft – ökonomische Not hier, staatliche Budgets dort, Angst und Zeitdruck überall –, in der die kritische Distanz nicht abgeschafft, sondern situativ verbogen wurde, am stärksten dort, wo Regierungs-

nähe sich als Verantwortung anfühlte. Genau deshalb greift auch das Pauschalurteil daneben: «Gekauft» ist eine Erzählung, die entlastet – sie erspart die mühsamere Einsicht, dass Verzerrung ohne Verschwörung entsteht, aus tausend kleinen, je für sich verteidigbaren Entscheidungen. Wir sind dieser Einsicht in diesem Buch schon zweimal begegnet: beim Redakteur mit den vier Sekunden und bei der Entwicklerin mit der einen Zeile Code. Die Pandemie hat kein neues Prinzip enthüllt. Sie hat das alte unter Laborbedingungen vorgeführt.

Bleibt die Frage der Aufarbeitung – und an ihr scheiden sich die beiden Nachbarn auf lehrreiche Weise. Deutschland hat sich, nach jahrelangem Ringen, zu dem Instrument durchgerungen, das seine parlamentarische Tradition für solche Fälle bereithält: einer Enquete-Kommission des Bundestags, in der Abgeordnete und externe Sachverständige gemeinsam, über Jahre und öffentlich, die Pandemiepolitik durchleuchten sollen – nicht als Tribunal, sondern als institutionalisierte Selbstprüfung mit dem Auftrag, Lehren in Gesetzesform zu giessen. Man kann skeptisch sein, ob eine Kommission leistet, was ihr Name verspricht; Enqueten produzieren zuweilen mehr Papier als Konsequenz, und dass sie erst Jahre nach dem Ereignis zustande kam, ist selbst ein Befund. Vor allem aber ist sie umkämpft: Die Opposition fordert zusätzlich einen Untersuchungsausschuss zur Maskenbeschaffung – das schärfere Instrument mit echten Ermittlungsbefugnissen –, findet für das nötige Quorum von einem Viertel der Abgeordneten aber keine Mehrheit, während die Regierungsfractionen auf die Enquete verweisen, der genau diese Befugnisse fehlen. Aufarbeitung ist eben nie nur eine Frage des Wollens, sondern immer auch eine der Instrumente – und wer das mildere wählt, wählt mit. Und doch: Das Instrument existiert, es tagt, es lädt Minister und Virologen vor, es soll 2027 berichten, und es zwingt die Institutionen, sich selbst zum Gegenstand zu machen. In der Schweiz ist Vergleichbares nicht geschehen – und der Grund ist aufschlussreicher als ein blosses Versäumnis, denn er liegt in der Architektur des Systems selbst.

Erstens kennt das Schweizer Parlamentsrecht das Instrument schlicht nicht: Eine Enquete-Kommission mit externen Experten ist im Parlamentsgesetz nicht vorgesehen; das schärfste verfügbare Werkzeug ist die Parlamentarische Untersuchungskommission, die PUK – ein Ausnahmeinstrument mit hoher Hürde, das «Vorkommnisse von grosser Tragweite» und Mehrheiten in beiden Räten voraussetzt und in der Geschichte des Bundesstaats nur eine Handvoll Mal eingesetzt wurde,

für den Fichenskandal etwa oder den Untergang der Credit Suisse. Entsprechende Vorstösse für eine Covid-PUK fanden diese Mehrheiten nie.

Zweitens die Konkordanz: In Deutschland treibt die Opposition die Aufarbeitung, weil sie von ihr profitiert; in der Schweiz sassen während der Pandemie sämtliche grossen Parteien gemeinsam in der Regierung – es gibt in diesem System niemanden, dessen politisches Geschäftsmodell die Abrechnung wäre, und also auch niemanden, der sie erzwingt. Was Stabilität stiftet, dämpft hier die Selbstprüfung.

Drittens der Föderalismus: Ein erheblicher Teil der Massnahmen lag bei den Kantonen; eine eidgenössische Kommission könnte nur die halbe Geschichte untersuchen, 26 kantonale die andere Hälfte je für sich – die Zuständigkeitsordnung, die das Land durch die Krise trug, zerlegt auch seine Aufarbeitung in Einzelteile.

Und viertens das Argument, das in Bern am häufigsten zu hören war: Die Schweiz habe ihre Aufarbeitung bereits gehabt – an der Urne, dreimal, als das Volk über das Covid-Gesetz abstimmte und es jedes Mal bestätigte. Das Argument hat Kraft, und dieses Buch hat den Abstimmungen im Pandemie-Kapitel ihren Wert gelassen. Aber es wechselt zwei Dinge: Ein Referendum ist ein Urteil über eine Vorlage, keine Prüfung der Institutionen. Es beantwortet die Frage «Wollen wir dieses Gesetz?» – nicht die Fragen «Warum waren die Lager leer, wer hat was wann gewusst, welche Entscheidung beruhte auf welcher Grundlage, und was ändern wir?».

Die Geschäftsprüfungskommissionen des Parlaments haben Teilberichte geliefert, die Bundeskanzlei Evaluationen, externe Institute Studien – solide Arbeit, verstreut über Dutzende Dokumente, die ausserhalb der Verwaltung kaum jemand liest. Was fehlt, ist der eine Ort, an dem eine Gesellschaft sich selbst öffentlich Rechenschaft ablegt. Und dieses Fehlen hat einen Preis, der direkt ins Thema dieses Buches führt: Wo die offizielle Aufarbeitung ausbleibt, wird die Deutungshoheit über die Krise nicht etwa niemandem zuteil – sie fällt an die, die am lautesten erzählen.

Die Gegenöffentlichkeiten haben ihre Corona-Bilanz längst gezogen und verbreiten sie täglich; die Institutionen, die ihr etwas entgegenzusetzen hätten, verweisen auf Berichte, die keiner kennt. Aufarbeitung



ist keine Vergangenheitspflege. Sie ist Informationspolitik für den nächsten Ernstfall – und wer sie unterlässt, überlässt das Feld denen, die keine zweite Quelle brauchen.

Was folgt daraus – ausser dem Misstrauen, das ohnehin da ist? Dreierlei, und alles davon ist machbar. Erstens Transparenz als Bringschuld: Regierungsinserate, Förderbeträge und deren Empfänger gehören in maschinenlesbare öffentliche Register, nicht in Fussnoten von Rechenschaftsberichten; Österreich hat nach seinen Affären die Offenlegungspflichten verschärft – spät, aber lehrreich. Zweitens Kriterien statt Ermessen: Medienförderung, wenn eine Gesellschaft sie will, muss nach festen, justiziablen Regeln fliessen, die keine Regierung je einem einzelnen Titel zuliebe oder zuleide biegen kann – sonst wird jede Subvention zur Leine, unabhängig davon, ob je daran gezogen wird; schon die sichtbare Leine genügt, um das Vertrauen zu töten. Drittens die Rehabilitierung des Konjunktivs: Die grösste publizistische Lehre der Pandemie ist, dass Ungewissheit kein Kommunikationsunfall ist, sondern ein Zustand, den man ehrlich berichten kann – «wir wissen es noch nicht» hat sich, wo es ausgesprochen wurde, als haltbarer erwiesen als jede vorschnelle Gewissheit, die später kassiert werden musste. Medien, die ihre eigene Fehlbarkeit dokumentieren, verlieren einen Tag Autorität und gewinnen ein Jahrzehnt Glaubwürdigkeit. Der umgekehrte Handel ist der, den zu viele in jenen Jahren eingegangen sind.

Die Pandemie hat die Medien nicht als Marionetten entlarvt, aber als abhängiger, ängstlicher und gleichförmiger, als ihr Selbstbild es wahrhaben wollte – und das Publikum hat es gesehen. Vertrauen funktioniert wie die Kreditwürdigkeit einer Bank: Es ruiniert sie nicht erst die Veruntreuung. Es genügt der Moment, in dem die Kunden erfahren, wie eng die Bank mit denen verflochten ist, die sie kontrollieren sollte. Seither stehen sie am Schalter und zählen nach. Das ist anstrengend, kränkend und teuer. Es ist auch, man muss es so nüchtern sagen: ihr gutes Recht.

Die neuen Zensoren – Löschen, Drosseln, Verbergen

Ein Arbeitszimmer in einer deutschen Universitätsstadt, Frühjahr 2021. Ein Wissenschaftsjournalist lädt ein Interview hoch – vierzig Minuten mit einem Biologen über die Frage, ob das Virus aus einem Labor stammen könnte. Das Gespräch ist vorsichtig, gespickt mit Konjunktiven, es behauptet nichts, es wägt ab. Achtundvierzig Stunden später ist das Video weg: Verstoss gegen die Richtlinien zu medizinischen Falschinformationen, ein Verwarnstrich für den Kanal, kein Ansprechpartner, kein Einspruch, der je von einem Menschen gelesen würde. Der Journalist archiviert die Löschmitteilung, halb wütend, halb ratlos. Wenige Wochen darauf ordnet der amerikanische Präsident eine geheimdienstliche Prüfung eben jener Laborfrage an, die Weltpresse titelt, die Plattform ändert still ihre Richtlinie: Die These, für die sein Video gelöscht wurde, ist jetzt eine zulässige Hypothese. Das Video bleibt gelöscht. Der Verwarnstrich bleibt bestehen. Und irgendwo in ihm bleibt ein Satz zurück, der gefährlicher ist als jede Falschinformation: Wenn sie das gelöscht haben – was löschen sie noch?

Es gibt kaum ein Wort, um das im deutschen Sprachraum erbitterter gestritten wird als «Zensur», und der Streit beginnt bei der Definition. Die klassische Zensur ist ein Staatsakt: eine Behörde, die vor oder nach der Veröffentlichung verbietet, mit Siegel, Gesetz und Strafe. Nach dieser Lesart können private Plattformen gar nicht zensieren – sie üben Hausrecht aus, wie ein Wirt, der einen Gast vor die Tür setzt, und wer das Zensur nennt, verwässert einen wichtigen Begriff. Die Gegenrede lautet: Wenn drei, vier private Konzerne die Infrastruktur der öffentlichen Rede betreiben, wenn der «Wirt» über den Marktplatz eines Kontinents gebietet, dann ist sein Hausrecht faktisch Redeordnung – und die Unterscheidung zwischen Staat und Konzern verliert weiter an Trennschärfe, wo Regierungen den Konzernen ihre Wünsche übermitteln. Beide Positionen haben recht, und genau deshalb führt der Definitionsstreit in die Irre. Dieses Buch fragt nicht, ob das Wort passt. Es fragt, was geschieht – und was geschah, lässt sich inzwischen ziemlich genau rekonstruieren.

In der Pandemie bauten die Plattformen unter höchstem Druck – von Regierungen, von Werbekunden, von der eigenen Belegschaft, von einer verängstigten Öffentlichkeit – die grösste Redeverwaltung der Geschichte. Ihre Richtlinien koppelten das Erlaubte an die Verlautbarungen der Gesundheitsbehörden: Was der WHO oder den nationalen Ämtern widersprach, galt als medizinische Falschinformation und wurde entfernt, etikettiert oder herabgestuft – Millionen Beiträge, Zehntausende Kanäle. Die Konstruktion hatte eine eingebaute Schwachstelle, die dieses Buch inzwischen vertraut nennen darf: Sie machte behördliche Einschätzung zum Massstab der Wahrheit – in einer Lage, in der die Behörden selbst lernten und irrten. Wo die Autorität sich korrigierte, war die Plattform schon vollstreckt. Das Laborthesen-Verbot ist das sauberste Beispiel, gerade weil es dokumentiert und eingeräumt ist: Monatelang wurde die Erörterung eines Ursprungsszenarios als Falschinformation entfernt, das wenig später von Regierungen und Geheimdiensten offiziell geprüft wurde und bis heute ungeklärt ist. Die Löschungen wurden nicht rückgängig gemacht; die Richtlinienänderung erfolgte still. Für die Betroffenen war das keine Korrektur. Es war ein Beweisstück.

Doch das Löschen war nur die sichtbare Hälfte, und vermutlich die kleinere. Die grössere heisst Drosseln. Plattformen arbeiten seit Jahren mit einem dreistufigen Instrumentarium – entfernen, herabstufen, einordnen –, und die mittlere Stufe ist die folgenreichste, weil sie unsichtbar ist: Inhalte, die keine Regel verletzen, aber als «grenzwertig» eingestuft werden, erhalten weniger Reichweite; Konten landen auf internen Listen, die ihre Sichtbarkeit begrenzen, ohne dass die Betroffenen davon erfahren. Als nach dem Eigentümerwechsel bei Twitter interne Unterlagen an Journalisten gingen, bekam die Praxis einen Namen und Belege: «Visibility Filtering», Sichtbarkeitsfilterung, angewandt auch auf Mediziner mit unbequemen, aber vertretbaren Positionen. Was der Betroffene erlebt, ist ein Rätsel: Die Beiträge stehen, die Reichweite stirbt.

Es gibt keinen Bescheid, den man anfechten, keine Regel, die man zitieren, keinen Menschen, den man fragen könnte. Das Löschen erzeugt Märtyrer; das Drosseln erzeugt etwas Zermürenderes – den Verdacht. Und der Verdacht ist, das ist die Pointe, nicht einmal widerlegbar: Weil die Herabstufung real existiert und unsichtbar arbeitet, kann jeder Reichweitenverlust ihr zugeschrieben werden – auch der, der schlicht daher rührt, dass ein Thema das Publikum ermüdet hat.

Die Undurchsichtigkeit produziert beides zugleich: echte, unkontrollierte Eingriffe und eingebildete. Von aussen sind sie nicht zu unterscheiden. Genau das ist der Konstruktionsfehler.

Dazu kam der Druck der Staaten, und auch er ist inzwischen aktenkundig statt Gerücht. In den Vereinigten Staaten legten Gerichtsverfahren und Untersuchungsausschüsse den dichten Draht zwischen Regierungsstellen und Moderationsabteilungen offen – Mails, in denen Beamte Löschwünsche übermittelten, Listen schickten, Unmut äussernten; der Konzernchef von Meta räumte später schriftlich ein, unter Druck der Regierung Inhalte entfernt zu haben, und nannte das rückblickend falsch. Juristisch blieb die Sache in der Schwebe – das oberste Gericht wies die prominenteste Klage aus formalen Gründen ab, ohne die Praxis zu segnen –, aber politisch war der Befund in der Öffentlichkeit angekommen: Zwischen Hausrecht und Staatsauftrag verläuft eine Grauzone, und in der Pandemie wurde in dieser Grauzone regiert. Europa wiederum wählte den umgekehrten, offeneren Weg: Es goss die Moderation in Gesetzesform – erst das deutsche Netzwerkdurchsetzungsgesetz, dann der europäische Digital Services Act, der grossen Plattformen Risikoprüfungen, Transparenzberichte, Forschungszugang und im Krisenfall besondere Pflichten auferlegt.

Man kann darin genau das sehen, was dieses Buch mehrfach gefordert hat – Offenlegung der Maschinenräume, Rechenschaft statt Willkür –, und Teile des Gesetzes leisten das. Man muss aber auch die andere Lesart ernst nehmen, die keineswegs nur von Verschwörungspredigern vertreten wird: Ein Regelwerk, das Plattformen bei Strafe drakonischer Bussen zur Risikominimierung verpflichtet, setzt einen strukturellen Anreiz zum Überblocken – im Zweifel weg –, und jeder Hebel, der heute mit guten Absichten gebaut wird, steht morgen einer Regierung zur Verfügung, deren Absichten niemand kennt. Die Geschichte dieses Buches, von der Geistigen Landesverteidigung bis zum Fichen-skandal, kennt die Richtung solcher Hebel.

Und heute? Die pandemiespezifischen Regeln sind inzwischen weitgehend abgeräumt – eine Plattform nach der anderen strich ihre Covid-Sonderrichtlinien, die grösste kündigte gar das Ende ihres externen Faktenprüfprogramms zugunsten gemeinschaftlicher Anmerkungen an. Man könnte das für das Ende der Geschichte halten; es ist eher ihr zweiter Akt. Denn erstens geschah der Rückbau, wie schon die Richtlinienwechsel zuvor, ohne Rehabilitation: Kein gelöschter Kanal

wurde wiederhergestellt, keine Verwarnung getilgt, kein Fehler systematisch aufgearbeitet – jede stille Kehrtwende wird darum in den Gegenöffentlichkeiten als Geständnis gelesen, und wer wollte es ihnen verdenken. Zweitens ist die leise Infrastruktur geblieben: Herabstufung ohne Bescheid, Demonetarisierung als ökonomische Sanktion – das Video bleibt online, aber es ernährt seinen Urheber nicht mehr –, Werbekunden-Systeme, die «markensichere» Umfeldler belohnen und kontroverse Themen damit finanziell austrocknen, gleichgültig wie seriös sie behandelt werden.

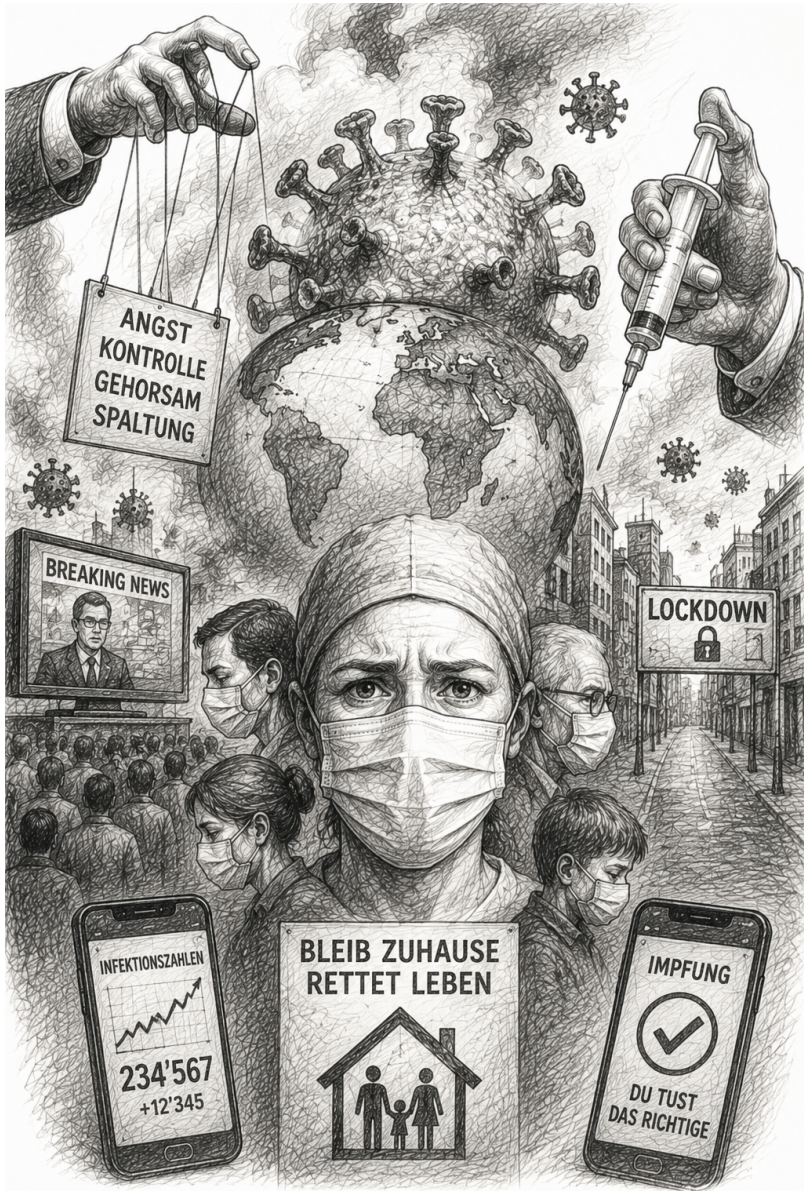
Wer heute über die Pandemie, ihre Massnahmen oder ihre Aufarbeitung publiziert und erlebt, dass seine Reichweite nicht an seine anderen Themen heranreicht, hat darum drei mögliche Erklärungen, zwischen denen er nicht unterscheiden kann: dass sein Publikum das Thema meidet, dass die Werbelogik es entwertet oder dass eine Einstufung es dämpft.

Diese Ununterscheidbarkeit ist der eigentliche Skandal – grösser als jeder Einzelfall, weil sie aus jedem Einzelfall einen Verdachtsfall macht. Eine Redeordnung, deren Entscheidungen niemand einsehen, anfechten oder auch nur bemerken kann, ist mit einer offenen Gesellschaft auf Dauer nicht vereinbar – unabhängig davon, wie oft sie im Einzelfall richtig liegt.

Was folgte daraus, wenn man es ernst meinte? Nichts Utopisches: Bescheide statt stummer Eingriffe – wer herabgestuft wird, erfährt es, mit Begründung und Einspruchsweg zu einem Menschen; öffentliche Register für staatliche Lösch- und Dämpfungersuchen, damit die Grauzone zwischen Hausrecht und Staatsauftrag Licht bekommt; Wiederherstellungspflichten, wenn Richtlinien kassiert werden – die Rehabilitation Betroffener als Normalfall, nicht als Kulanz; und Forschungszugang zu den Reichweitendaten, damit die Frage «Wird hier gedrosselt?» eine empirische wird statt einer Glaubensfrage. Nichts davon würde Plattformen zwingen, alles stehen zu lassen. Es würde sie nur zwingen, zu dem zu stehen, was sie tun. Das ist, seit es Redeordnungen gibt, der ganze Unterschied zwischen Ordnung und Willkür.

Die Zensoren der alten Welt trugen Uniform und hinterliessen Akten; man konnte sie fürchten, aber man wusste, woran man war. Die neue Redeverwaltung trägt keine Uniform, führt keine einsehbaren Akten

und bestreitet, eine zu sein. Vielleicht ist das ihr grundlegendster Fehler: Eine Macht, die nicht zugibt, eine zu sein, kann keine Legitimität erwerben – nur Verdacht. Und Verdacht, das hat dieses Buch nun oft genug gezeigt, ist der fruchtbarste Boden, den Propaganda kennt.





Die Drehtür – wohin die Verantwortlichen gingen

Strassburg, Palais de l'Europe, 25. Juni 2024, 18.52 Uhr. Der Präsident der Parlamentarischen Versammlung verliest das Ergebnis des zweiten Wahlgangs: hundertvierzehn Stimmen. Ein leichtes Nicken, eine Verbeugung, Erleichterung. Alain Berset, fünf Monate Wahlkampf, fünf- undzwanzig Hauptstädte, ist Generalsekretär des Europarats – der erste Schweizer in diesem Amt, an der Spitze einer Organisation mit sechshundvierzig Mitgliedstaaten, achtzehnhundert Angestellten und der Hüterin der Menschenrechte auf diesem Kontinent. Es ist ein Triumph der Schweizer Diplomatie, sagen die einen. Zur selben Stunde, siebenhundert Kilometer östlich, sitzt in einem Wohnzimmer im Mittelland ein Mann vor den Nachrichten, der in jenen Jahren sein Restaurant verloren hat, und sagt einen Satz zum Fernseher, den in diesen Tagen viele sagen: «Natürlich. Die fallen immer nach oben.» Beide Sätze beschreiben denselben Vorgang. Zwischen ihnen liegt das ganze Vertrauensproblem einer Epoche.

Die Frage, die Millionen Menschen im deutschen Sprachraum umtreibt, lautet: Warum hat eigentlich niemand einen Preis bezahlt? Die Gastwirtin ging in Konkurs, der Schüler verlor zwei Jahre, die Alte starb ohne ihre Kinder – und die, die entschieden haben, sitzen heute besser als vorher. Es ist eine Frage, die man nicht mit Empörung über die Frage beantworten sollte. Man sollte sie prüfen. Also: Wo sind sie alle gelandet?

Die Bilanz ist gemischter, als beide Lager glauben. In Österreich trat der erste Gesundheitsminister der Pandemie im April 2021 zurück, erschöpft, gesundheitlich am Ende; sein Nachfolger warf ein Jahr später hin und ging zurück in seine Hausarztpraxis. Keine Belohnung, kein Aufstieg – zwei ausgebrannte Männer. In Grossbritannien stürzte der Gesundheitsminister über eine Affäre, verlor die Fraktionszugehörigkeit und trat schliesslich in einer Dschungelshow auf: ein Absturz, wie ihn keine Erzählung vom Belohnungssystem vorsieht. Der deutsche Gesundheitsminister der zweiten Pandemiehälfte verlor sein Amt mit dem Regierungswechsel 2025 und sitzt heute auf einem Hinterbänkler-Platz. Andere aber stiegen: Jens Spahn, Gesundheitsminister der ersten, entscheidenden Phase, führt heute als Fraktionsvorsitzen-

der die Unionsfraktion im Bundestag – und zwar, und das ist der bemerkenswerte Teil, während ein Sonderbericht seiner eigenen Nachfolgebehörde ihm attestiert, er habe die Maskenbeschaffung gegen den ausdrücklichen Rat seiner Fachabteilungen an sich gerissen; «Team Ich» nennt ihn das Gutachten. Der Bundesrechnungshof rechnet einen bereits eingetretenen Schaden von über einer halben Milliarde Euro seiner Amtsführung zu, rund hundert Klagen mit einem Streitwert von 2,3 Milliarden Euro sind anhängig, die Opposition fordert einen Untersuchungsausschuss und findet die nötigen Stimmen nicht. Und Ursula von der Leyen, die die Impfstoffbeschaffung zur Chefsache erklärt und mit dem Pfizer-Chef nach Recherchen der New York Times auch per SMS verhandelt hatte, wurde 2024 für eine zweite Amtszeit als Kommissionspräsidentin bestätigt.

Nun der Test – derselbe, den dieses Buch jeder Erzählung zumutet, gleich aus welcher Richtung sie kommt: Beweisen diese Karrieren ein Belohnungssystem? Nehmen wir den Fall, der im Zentrum steht. Bersegs Wahl war keine Ernennung, sondern eine Kampfabstimmung: drei Kandidaten, zwei Wahlgänge, hundertvierzehn zu fünfundachtzig zu sechsendvierzig Stimmen – die Abgeordneten von sechsendvierzig Staaten entschieden, darunter Schweizer Parlamentarier aller Parteien, die für ihn geworben hatten.

Wer hätte hier wen belohnt, wofür, und mit wessen Geld? Ein Zusammenhang zwischen Pandemiepolitik und Strassburger Stimmzetteln müsste erklären, warum estnische, isländische oder portugiesische Abgeordnete die Schweizer Massnahmenpolitik hätten honorieren wollen. Dazu kommt: Das Muster ist älter als Covid. Schweizer Magistraten wechseln seit jeher in internationale Ämter – ein früherer Bundesrat präsidierte die UNO-Generalversammlung, ein anderer wurde Sonderberater des Generalsekretärs, eine dritte sass in internationalen Kommissionen. Der Karriereweg vom nationalen Spitzenamt in eine internationale Organisation ist die Regel, nicht die Ausnahme, und er hat einen banalen Grund: Der Kreis der Menschen, die eine Regierung geführt haben, ist genau der Kreis, aus dem solche Posten besetzt werden. Was aussieht wie ein Belohnungssystem, ist in den meisten Fällen etwas Nüchterneres: Elitenzirkulation. Kein Zahler, keine Zahlung, kein Deal – nur ein sehr kleiner Teich, in dem immer dieselben Fische schwimmen. Das ist ein Problem. Aber es ist ein anderes Problem, als die Erzählung behauptet, und wer das falsche diagnostiziert, kuriert am richtigen vorbei.

Denn – und hier wird es unbequem für die andere Seite – das eigentliche Beweisstück im Fall Berset ist nicht der Job. Es ist das, was vorher geschah, und es ist dokumentiert. Am 3. Februar 2021 sagte Marc Walder, CEO des Ringier-Verlags, in einer geschlossenen Gesprächsrunde einen Satz, den er ausdrücklich im Kreis behalten wissen wollte: «Wir wollen die Regierung unterstützen durch unsere mediale Berichterstattung» – auf seine Initiative hin, in allen Ländern, in denen der Konzern tätig ist.

Die Medien, so Walder weiter, dürften keinen Keil zwischen Gesellschaft und Regierung treiben. Der Konzern gibt den «Blick» heraus, das reichweitenstärkste Boulevardmedium des Landes. Als das Video ein knappes Jahr später öffentlich wurde, war die Erschütterung gross – und die Redlichkeit verlangt zwei Einschränkungen. Erstens: Publiziert wurde es am 31. Dezember 2021 vom Geschäftsführer des Komitees, das damals die Abstimmung über die Medienförderung bekämpfte; der Zeitpunkt war selbst Kampagne. Zweitens: Die Medienforschung wandte ein, das Video allein beweise noch keinen Eingriff in den Redaktionsalltag – die Untersuchungen zur Qualität der Pandemieberichterstattung hätten für die meisten Medien eine kritische Grundhaltung gegenüber Regierung und Verwaltung gezeigt. Walder selbst nannte den Aufruf zu regierungsnaher Berichterstattung später mit Blick auf autoritär regierte Länder einen Fehler. Beides ändert nichts an dem, was der Satz über ein Selbstverständnis verrät: Der Verleger sah die Aufgabe seiner Redaktionen in der Krise nicht in der Kontrolle der Macht, sondern in ihrer Stützung.

Und dann kam heraus, dass die Leitung nicht nur ideell war. Ein Sonderermittler stiess zufällig auf einen umfangreichen E-Mail-Verkehr zwischen Peter Lauener, dem Kommunikationschef des Gesundheitsministers, und ebendiesem Verlagschef, über zwei Jahre hinweg. Was in einer neunundneunzigseitigen Verfügung eines Berner Gerichts über diesen Verkehr steht, ist der Kern der Affäre: erhebliche und konkrete Hinweise auf mögliche Amtsgeheimnisverletzungen; der Verlagschef sei laufend darüber informiert worden, was an den kommenden Bundesratssitzungen zur Debatte stehen sollte; Medienmitteilungen habe er regelmässig vorab erhalten, bevor alle anderen Journalisten bedient wurden. Der Kommunikationschef sass vier Tage in Untersuchungshaft und trat zurück. Und dann geschah das, was diese Geschichte zur Parabel macht: Die Sache versandete – aber nicht, weil sich der Verdacht als haltlos erwiesen hätte. Sie versandete an Verfah-

rensfragen. Der Sonderermittler hatte Daten erhalten, die er nie bestellt hatte, und sie eingesehen, bevor der Betroffene die Siegelung beantragen konnte; er gab den Fall ab. Die Gerichte entschieden, die E-Mails dürften nicht ausgewertet werden – der Verlagschef könne sich, obwohl selbst nicht journalistisch tätig, auf den Quellenschutz berufen. Anfang 2025 wies das Bundesgericht die Beschwerde der Bundesanwaltschaft ab; wenig später wurde das Verfahren eingestellt. Niemand wurde verurteilt. Die Geschäftsprüfungskommissionen hatten zuvor festgehalten, die Lecks liessen sich dem Minister nicht direkt anlasten, er habe aber – wie der gesamte Bundesrat – zu wenig gegen Indiskretionen unternommen. Man betrachte das Ergebnis in seiner ganzen Ironie: Der Quellenschutz, jenes Grundrecht, das Journalisten vor dem Staat schützen soll, schützte am Ende die Nähe zwischen Staat und Verlag vor der Öffentlichkeit. Die Akten sind versiegelt. Was in den Mails stand, wird niemand erfahren. Und ein Land, das nie erfuhr, was seine Regierung seinem grössten Boulevardhaus vorab erzählte, soll nun glauben, es sei nichts gewesen.

Auf europäischer Ebene wiederholt sich das Muster im Massstab. Die grösste Beschaffung, die Brüssel je unterzeichnet hat – bis zu 1,8 Milliarden Impfdosen, geschätztes Volumen um 35 Milliarden Euro –, wurde in ihrer entscheidenden Phase auch über Kurznachrichten zwischen der Kommissionspräsidentin und dem Pfizer-Chef angebahnt. Als eine Journalistin der New York Times Einsicht verlangte, erklärte die Kommission, sie besitze diese Nachrichten nicht: Interne Regeln verlangten die Registrierung nur bei wichtigen, nicht kurzlebigen Informationen. Am 14. Mai 2025 kassierte das Gericht der Europäischen Union diese Auskunftsverweigerung. Die Kommission, so das Gericht, habe keine plausible Erklärung für den Nichtbesitz der verlangten Dokumente geliefert; ihre Angaben seien im Verfahren hypothetisch, wechselhaft oder ungenau gewesen, während die Zeitung stimmige Anhaltspunkte für den Austausch vorgelegt habe. Man muss keine Verschwörung annehmen, um die Tragweite zu sehen: Der grösste Vertrag der EU-Geschichte, angebahnt auf einem Kanal, dessen Inhalt niemand mehr rekonstruieren kann, weil er nach den Regeln des Hauses als kurzlebig galt. Wo Rechenschaft von der Selbsteinstufung des Rechenschaftspflichtigen abhängt, ist sie keine. Und schliesslich die Drehtür im engeren, klassischen Sinn, die es wirklich gibt und die weit weniger diskutiert wird als jeder Ministerposten: der Verkehr zwischen Aufsicht und Beaufsichtigten. Der Chef der amerikanischen Arzneimittelbehörde, der 2019 aus dem Amt schied,

sass wenige Monate später im Verwaltungsrat von Pfizer – legal, üblich, und für das Vertrauen verheerend. Solche Wechsel sind in Europa reguliert, mit Karenzfristen und Meldepflichten, aber sie finden statt, in beide Richtungen, zwischen Behörden, Verbänden und Konzernen. Hier liegt der Punkt, an dem die Intuition der Skeptiker etwas Wahres trifft: Nicht die Bestechung ist das Problem – die wäre justiziabel und selten. Das Problem ist die Sozialisierung. Wer weiss, dass die interessanten Posten der zweiten Lebenshälfte in einer Welt liegen, die man heute beaufsichtigt, urteilt anders. Nicht bewusst. Nicht korrupt. Nur ein wenig milder, ein wenig kooperativer, ein wenig langsamer im Zweifel. Es braucht keine Absprache, damit ein Anreiz wirkt. Das ist die Lehre aller Kapitel dieses Buches, und sie gilt auch hier.

Was folgte daraus? Karenzfristen, die den Namen verdienen und für alle gelten – Minister, Spitzenbeamte, Aufsichtspersonal. Register, in denen Nebentätigkeiten, Mandate und Wechsel einsehbar sind, ohne Antrag und ohne Anwalt. Und, das Wichtigste: Rechenschaft vor der Beförderung. Ein Amtsträger, dessen Krisenpolitik ordentlich geprüft und dessen Fehler benannt worden sind, kann danach jeden Posten der Welt annehmen, ohne dass es nach Flucht aussieht. Ein Amtsträger, der befördert wird, während die Prüfung ausbleibt, wird die Erzählung von der Belohnung nie wieder los – und er hat sie, so unfair es im Einzelfall sein mag, selbst mitproduziert. Denn genau hier schliesst sich der Kreis zum Kapitel über die ausbleibende Aufarbeitung: Wo niemand offiziell festhält, was richtig und was falsch war, wird jede Karriere zum Beweisstück.

Die Beförderung ersetzt dann das Urteil – nur eben in der Gegenrichtung, als Freispruch durch Aufstieg. Das erträgt keine Öffentlichkeit. Es sollte auch keine ertragen.

Der Mann vor dem Fernseher hat unrecht: Niemand hat Alain Berset für die Pandemie belohnt, und die Beweislast dafür trägt, wer es behauptet. Und er hat recht: Er hat nie erfahren, ob das, was mit seinem Restaurant, seinen Kindern und seiner Mutter geschah, richtig entschieden war – er hat nur gesehen, wie die Entscheider weiterzogen. Zwischen diesen beiden Sätzen liegt kein Widerspruch, sondern eine Bringschuld. Wer sie nicht einlöst, muss sich nicht wundern, dass die Leute anfangen, sich ihre Antworten selbst zu bauen. Sie tun es längst.



Krieg der Bilder

Ein Unterstand östlich von Charki, Winter. Ein junger Soldat, dem der Schlaf seit Tagen nur noch in Splittern gelingt, scrollt im Licht seines Telefons. Er sieht eine Karte mit Pfeilen, die Entlastung versprechen. Er sieht eine Sprachnachricht, angeblich aus dem Stab, die von Einkesselung raunt. Er sieht ein Video, in dem sein eigener Präsident die Truppen zur Niederlegung der Waffen aufruft – die Lippen bewegen sich fast richtig, die Stimme stimmt fast, irgendetwas an den Rändern des Gesichts stimmt nicht. Er weiss inzwischen, dass es solche Fälschungen gibt; es stand in den Anweisungen. Aber Wissen ist das eine. Um drei Uhr morgens, bei minus zwölf Grad, unter Beschuss, ist das andere die Frage, die kein Handbuch beantwortet: Wenn dieses Video falsch ist – woher weiss ich noch, welches echt war?

Der Angriff auf die Ukraine im Februar 2022 war auch der erste grosse Landkrieg des Plattformzeitalters in Europa, und er widerlegte an seinem ersten Tag eine bequeme Annahme: dass im Informationskrieg automatisch gewinnt, wer am dreistesten lügt. Russland trat mit dem gewaltigsten Desinformationsapparat der Gegenwart an – Staatssender in Dutzenden Sprachen, Trollfabriken, jahrelang gepflegte Erzählungen von der «Entnazifizierung» und der Bedrohung durch den Westen. Und verlor in den ersten Wochen die Bilderschlacht auf ganzer Linie. Die Ukraine antwortete nicht mit einem Ministerium, sondern mit einem Ökosystem: ein Präsident, der im Handyvideo aus der abendlichen Hauptstadt sprach – wir sind hier –, Soldaten und Zivilisten, die den Krieg selbst dokumentierten, eine Bildsprache, die perfekt in die Grammatik der Plattformen passte: nah, roh, menschlich, teilbar. Der Westen sah einen David, der die Kamera bedienen konnte. Es war Verteidigung, und es war zugleich, im technischen Sinn, meisterhafte Kriegskommunikation – beides kann wahr sein, und wer das eine sagt, muss das andere mitdenken dürfen.

Für den deutschsprachigen Raum begann mit diesem Krieg eine Erfahrung, die man aus der Geschichte kannte und doch verlernt hatte: gezielte fremde Einflussnahme als Dauerzustand. Die EU verbannte die russischen Staatskanäle aus dem Äther – worauf deren Inhalte in Kopien, Spiegelservern und Telegram-Kanälen weiterlebten, nun mit

dem zusätzlichen Nimbus des Verbotenen. Und dann kam die Kampagne, die Fachleute «Doppelgänger» taufte, und sie verdient einen Moment der Betrachtung, weil sie die Zukunft der Desinformation zeigt: Täuschend echte Kopien der Webseiten grosser Medien – Spiegel, Bild, FAZ, auch internationale Titel –, unter fast identischen Adressen, gefüllt mit gefälschten Artikeln, die Sanktionsmüdigkeit schürten und Zweifel an der Unterstützung der Ukraine säten, beworben über Anzeigennetzwerke und Fake-Konten. Hier wird nicht mehr eine Botschaft gefälscht, sondern der Absender selbst. Die Fälschung parasitiert am Vertrauen, das seriöse Medien über Jahrzehnte aufgebaut haben – und beschädigt es doppelt: einmal durch die Täuschung, und ein zweites Mal durch das Wissen, dass es sie gibt. Denn wer einmal auf einen falschen «Spiegel» hereingefallen ist, zögert künftig auch beim echten. Genau dieses Zögern ist das strategische Ziel. Moderne Desinformation will selten, dass man der Lüge glaubt. Es genügt ihr, dass man der Wahrheit nicht mehr traut.

Damit sind wir bei der eigentlichen Doktrin, die den russischen Informationskrieg von der sowjetischen Propaganda unterscheidet, und der Unterschied ist lehrreich. Die Sowjetunion behauptete eine Wahrheit – die eigene – und verteidigte sie mit Zensur. Das zeitgenössische Modell, von Beobachtern wie Peter Pomerantsev am Moskauer Fernsehen studiert, ist postmoderner: Es flutet den Raum mit einander widersprechenden Versionen. Zu jedem Ereignis vier, fünf, zehn Erklärungen, einander ausschliessend, gleichzeitig im Umlauf, gern auch absurd – nicht damit eine sich durchsetzt, sondern damit keine es tut. Das Ziel ist nicht Überzeugung, sondern Erschöpfung. Ein Publikum, das aufgehört hat zu glauben, dass sich Wahrheit feststellen lässt, zuckt mit den Schultern – und das Schulterzucken ist die politisch nützlichste Geste der Welt: Wer nichts mehr glaubt, widersteht auch nichts mehr.

Aber es wäre zu einfach, den Krieg der Bilder nur als Angriff von aussen zu erzählen. Der Krieg legte auch die Bruchlinien der eigenen Öffentlichkeit frei. In Deutschland, Österreich und der Schweiz konkurrierten von Beginn an Deutungsrahmen miteinander – Sicherheit gegen Eskalationsangst, Solidarität gegen Sozialkassen, Prinzip gegen Pragmatismus –, und jede Seite bewirtschaftete ihre Erregung mit den Mitteln des Hauses: zugespitzte Talkshow-Momente, virale Empörungsclips, offene Briefe als Medienereignis. Der Nachrichtenwert des Krieges folgte derweil der Aufmerksamkeitskonjunktur: Auf Wochen

der Dauerpräsenz folgte Ermüdung, auf Ermüdung Verdrängung – nicht weil das Sterben endete, sondern weil die Währung Aufmerksamkeit Neuigkeit verlangt. Kein Zensor hat die Bilder aus dem Feed genommen. Wir haben weitergescrollt. Auch das ist eine Form der Informationskontrolle, die keinen Kontrolleur braucht – die grausamste vielleicht, weil sie sich als Freiheit anfühlt.

Doch derselbe Krieg hat auch eine Gegenkraft gross gemacht, die in keinem Propagandalehrbuch des zwanzigsten Jahrhunderts vorkam: die offene Verifikation. Open Source Intelligence – die Auswertung frei zugänglicher Quellen – war einst eine Nischendisziplin von Geheimdiensten; heute betreiben sie Recherchekollektive wie Bellingcat, Redaktionsteams grosser Medien und ein weltweites Netz von Freiwilligen, die Einschlagskrater anhand von Schattenwürfen geolokalisieren, Truppenbewegungen aus TikTok-Videos rekonstruieren und Satellitenbilder mit Bahnfahrplänen abgleichen. Der Abschuss von Flug MH17 über der Ostukraine 2014 wurde massgeblich durch solche Arbeit aufgeklärt – Fotos des Buk-Systems auf sozialen Netzwerken, verfolgt Kilometer um Kilometer, bis die Route und die Einheit feststanden; Gerichte stützten sich später auf diese Ketten. Seit 2022 begleitet dieselbe Methode den Krieg in Echtzeit: Kriegsverbrechen werden dokumentiert, während die Täterseite sie noch dementiert, gefälschte Videos werden binnen Stunden zerlegt, ihre Herkunft aus alten Spielen oder anderen Konflikten nachgewiesen. Man sollte diese Gegenkraft weder romantisieren – auch OSINT-Communitys irren, und ihre Werkzeuge stehen jedem offen, auch den Fälschern – noch unterschätzen: Zum ersten Mal in der Geschichte der Kriegspropaganda verfügt die Öffentlichkeit über eine eigene, verteilte Beweisinfrastruktur, die keiner Regierung gehört. Der Satz «Im Krieg stirbt die Wahrheit zuerst» stammt aus einer Welt, in der nur Staaten Augen hatten. Diese Welt ist vorbei – in beide Richtungen.

Und der Blick nach vorn führt nach Fernost, wo sich der nächste, grössere Bilderkrieg längst abzeichnet. Zwischen China und den Vereinigten Staaten wird ein Konflikt ausgetragen, in dem Chips, Flugzeugträger und Narrative denselben strategischen Rang haben. China hat aus dem russischen Modell gelernt und es um Geduld und Infrastruktur erweitert: weltweite Sendernetze, Konfuzius-Institute, Kredite mit Erzählung, dazu die vielleicht folgenreichste Machtposition der Gegenwart – die Kontrolle über eine App, die für einen erheblichen Teil der westlichen Jugend das Fenster zur Welt ist. Ob und wie deren

Empfehlungssystem gewichtet, was Millionen junger Europäer über Taiwan, Xinjiang oder die eigene Demokratie zu sehen bekommen, ist Gegenstand von Untersuchungen, Verboten auf Diensthandys und hitzigem Streit. Man muss keine Antwort vorwegnehmen, um die Dimension zu erkennen: Erstmals in der Geschichte liegt der Verteilmechanismus der westlichen Öffentlichkeit teilweise in der Hand eines Staates, der Öffentlichkeit im westlichen Sinn bei sich selbst nicht duldet. Im Kalten Krieg stritten die Systeme darüber, wessen Sender die Wahrheit sagt. Im neuen Systemkonflikt geht es darum, wem die Leitung gehört.

Der Soldat im Unterstand hat das Video am Ende nicht geglaubt. Aber er hat eine Stunde Schlaf verloren, und die Fälscher wussten von Anfang an, dass mehr nicht nötig ist. Desinformation muss nicht siegen. Sie muss nur ermüden – Stunde um Stunde, Zweifel um Zweifel, bis der Preis der Wachsamkeit höher erscheint als der Preis der Gleichgültigkeit.



Die Maschine spricht

Zwei Tage vor einer Parlamentswahl in einem europäischen Land taucht eine Audioaufnahme auf. Man hört, glasklar, die Stimme eines Spitzenkandidaten, der mit einer Journalistin bespricht, wie sich Stimmen kaufen lassen. Die Aufnahme verbreitet sich in den Netzwerken, sie wird geteilt, kommentiert, beschworen – und sie fällt exakt in jene letzten achtundvierzig Stunden vor der Wahl, in denen das Wahlrecht den Kandidaten Schweigen auferlegt und keine Richtigstellung mehr die Reichweite der Fälschung erreicht. Denn eine Fälschung ist es: erzeugt von einer Software, trainiert auf öffentlich verfügbaren Reden, hergestellt in Minuten, für Cents. Der Fall ist real; er ereignete sich 2023 in der Slowakei. Wie viele Stimmen die geklonte Stimme bewegt hat, wird niemand je beziffern können. Aber die Ingenieure der Täuschung weltweit haben an jenem Wochenende etwas Wichtiges gelernt: Es funktioniert. Es ist billig. Und die Verteidigung kommt immer zu spät.

Alle Propaganda der Geschichte hatte einen Engpass: Sie musste von Menschen gemacht werden. Reden mussten geschrieben, Plakate gestaltet, Gerüchte gestreut, Trolle bezahlt werden – Überzeugungsarbeit skalierte schlecht, und ihre Kosten disziplinierten ihren Einsatz. Die generative künstliche Intelligenz beseitigt diesen Engpass, vollständig und für jedermann. Text, Bild, Stimme, Video: Was gestern ein Studio, ein Budget und Fachleute brauchte, erzeugt heute ein Laptop im Kinderzimmer. Die Fälschung ist damit demokratisiert – das Wort ist bitter, aber präzise. Und mit ihr verändert sich jede einzelne Disziplin, die dieses Buch bisher beschrieben hat.

Beginnen wir mit dem Offensichtlichen, den Deepfakes. Die Technik, Gesichter und Stimmen synthetisch zu erzeugen, hat binnen weniger Jahre die Schwelle vom Erkennbaren zum Perfekten überschritten; der Papst in der weissen Daunenjacke, millionenfach für echt gehalten, war noch ein Scherz – die geklonten Stimmen, mit denen Betrüger inzwischen Grosseltern anrufen und Buchhalter zu Überweisungen bewegen, sind es nicht mehr.

Für die politische Sphäre ist dabei das einzelne gefälschte Video nicht einmal die grösste Gefahr; Fälschungen fliegen oft auf, Faktenprüfer

arbeiten schnell. Die grössere Gefahr hat einen Namen, den zwei amerikanische Rechtsgelehrte früh prägten: die Dividende des Lügners. In einer Welt, in der alles fälschbar ist, kann jeder Ertappte alles Echte zur Fälschung erklären. Das kompromittierende Tonband, das belastende Video, der dokumentierte Skandal – «KI-generiert», sagt der Betroffene, und ein wachsender Teil des Publikums kann es nicht ausschliessen. Die Fälschungstechnik vergiftet also nicht nur die Lüge. Sie vergiftet rückwirkend den Beweis. Jahrhundertelang galt: Bilder belegen. Diese Epoche geht gerade zu Ende, und wir haben ihren Wert erst jetzt, im Verlust, zu ermassen begonnen.

Die zweite Verschiebung ist leiser und womöglich folgenreicher: die industrielle Erzeugung von Meinung. Schon vor der KI simulierten Trollfabriken Volkes Stimme; der Fachbegriff *Astroturfing* beschreibt Graswurzelbewegungen aus der Retorte. Aber Trolle kosteten Lohn, schrieben erkennbar schablonenhaft und erschöpften sich. Sprachmodelle kennen keine Schicht, keine Schablone und keine Erschöpfung. Sie können in jeder Tonlage schreiben – als besorgte Mutter aus dem Vorort, als enttäuschter Facharbeiter, als abgeklärter Akademiker –, sie können auf Widerspruch eingehen, dazulernen, höflich bleiben, und sie können das millionenfach parallel. Damit fällt eine Grundannahme, auf der öffentliche Meinungsbildung beruht: dass hinter Äusserungen Menschen stehen und dass viele gleichlautende Äusserungen viele Überzeugte bedeuten.

Der soziale Beweis – «so viele können nicht irren» – war immer manipulierbar. Jetzt ist er synthetisierbar. Wenn in einer Kommentarspalte unter einem Abstimmungsartikel achtzig Stimmen in dieselbe Richtung drängen, kann das eine Volksstimmung sein, eine Kampagne oder ein Skript. Von aussen ist es dasselbe.

Die dritte Verschiebung betrifft nicht die Erzeugung, sondern den Zugang zur Information selbst. Immer mehr Menschen fragen nicht mehr Suchmaschinen, die Quellen auflisten, sondern Assistenten, die Antworten geben – flüssig, freundlich, in einem Ton ruhiger Autorität. Das ist bequem, und es verschiebt die Machtfrage ein weiteres Mal: Wer die Antwortmaschine baut, ihre Daten auswählt, ihre Leitplanken setzt, entscheidet künftig mit, was Millionen für den Stand des Wissens halten – nicht durch Verbot, sondern durch Formulierung, Gewichtung, Auslassung. Man muss dieser Entwicklung nicht mit Verschwörungsangst begegnen; man muss ihr mit derselben nüchternen

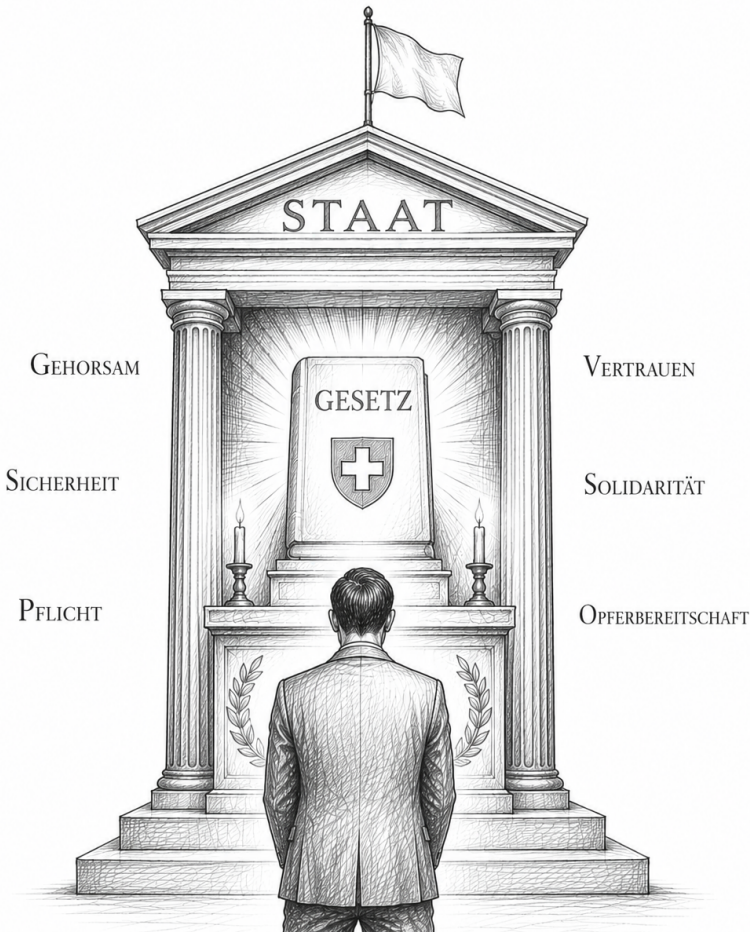
Frage begegnen, die dieses Buch an Kathedralen, Rundfunkanstalten und Newsfeeds gestellt hat: Wer spricht hier, mit welchem Interesse, unter wessen Aufsicht? Neu ist nur, dass der Sprecher diesmal keine erkennbare Kanzel mehr hat. Er wohnt in der Infrastruktur.

Eine vierte Verschiebung geschieht derweil ohne jede böse Absicht, und gerade deshalb flächendeckend: die Verschlammung des Informationsraums. Weil generierter Text nichts kostet, füllt er jede Ritze, in der sich mit Aufmerksamkeit Geld verdienen lässt – automatisch erzeugte «Nachrichtenportale» ohne Redaktion, deren Zahl Beobachter inzwischen weltweit in die Tausende zählen; Ratgeberseiten, die einander paraphrasieren, bis von der ursprünglichen Quelle nichts mehr übrig ist; Bücher, Rezensionen, Kochrezepte, Nachrufe aus der Maschine. Im englischen Sprachraum hat sich für lokal getarnte Scheinzeitungen der Begriff «Pink Slime» eingebürgert, nach dem Fleischschleim der Lebensmittelindustrie – Publikationen, die aussehen wie das eingegangene Lokalblatt und in Wahrheit zentral gesteuerte Interessenware liefern; die Lücke, die das Zeitungssterben gerissen hat, wird mit Attrappen gefüllt. Das Perfide an dieser Entwicklung ist, dass sie keine Lüge braucht, um zu schaden: Auch korrekter, aber seelenloser Maschinentext verdünnt den Bestand an tatsächlich recherchierter Information, verstopft Suchmaschinen, trainiert künftige Modelle mit den Ausscheidungen ihrer Vorgänger und macht die ehrliche Quelle schwerer auffindbar – ein Rauschen, das nicht überzeugt, sondern überdeckt. Die Zensur des einundzwanzigsten Jahrhunderts, so haben wir am Anfang dieser Reise gesagt, verbietet nichts, sie ertränkt. Die Maschine hat dafür jetzt eine Pumpe ohne Ausschalter.

Und schliesslich das Wettrüsten der Systeme. China hat generative Medien längst in seine Aussenkommunikation integriert – synthetische Nachrichtensprecher inklusive –, westliche Dienste und Konzerne berichten regelmässig über aufgedeckte Einflussoperationen mit KI-Unterstützung, und zugleich rüstet die Verteidigung auf: Erkennungssoftware, Wasserzeichen, Herkunftsnachweise für Bilder, europäische Regelwerke, die Kennzeichnung synthetischer Inhalte verlangen. Es ist ein Katz-und-Maus-Spiel mit vertauschten Rollen – jede bessere Erkennung trainiert die nächste, bessere Fälschung –, und niemand, der ehrlich ist, verspricht dabei einen Endsieg der Katz. Realistischer ist ein anderes Bild der Zukunft: eine Öffentlichkeit, die mit der Fälschbarkeit von allem leben lernt, so wie frühere Epochen mit gefälschten Urkunden, gefälschten Münzen und gefälschten Reliquien leben lernten – durch Institutionen der Beglaubigung, durch Herkunftsketten,

durch das mühsame, unglamouröse Handwerk der Verifikation. Die Frage dieses Jahrzehnts lautet nicht, ob die Maschine lügen kann. Sie kann. Die Frage lautet, ob wir die Beglaubigungsinstanzen bauen, bevor das Vertrauen aufgebraucht ist, das sie beglaubigen sollen.

Vielleicht wird künstliche Intelligenz der grösste Propagandist der Geschichte. Aber sie hat, anders als alle ihre Vorgänger, kein Motiv, keinen Ehrgeiz und keinen Hass. Sie wird nur ausführen, was Menschen ihr auftragen – schneller, billiger und unermüdlicher, als Menschen es je konnten. Das Unheimliche an der sprechenden Maschine ist nicht die Maschine. Es ist der Umstand, dass sie jedem gehört, der sie bezahlen kann.



Warum wir glauben

Vergessen Sie für einen Moment die Diktatoren, die Algorithmen, die Trollfabriken. Betrachten Sie stattdessen sich selbst, gestern Abend. Sie haben eine Meldung gelesen, die Ihre Ansicht über ein strittiges Thema bestätigte, und Sie haben genickt und sie sich gemerkt. Kurz darauf kam Ihnen eine Meldung entgegen, die Ihrer Ansicht widersprach – und Sie haben, ohne es zu bemerken, in Sekundenbruchteilen deren Quelle geprüft, Einwände erwogen, Gegenargumente bereitgestellt. Für die angenehme Nachricht waren Sie Leser. Für die unangenehme waren Sie Staatsanwalt. Es hat sich nicht wie Voreingenommenheit angefühlt. Es hat sich wie Denken angefühlt. Genau das ist der Punkt: Es fühlt sich immer wie Denken an.

Propaganda wird gewöhnlich vom Sender her erzählt – die Ministerien, die Kampagnen, die Maschinen. Aber Propaganda ist keine Einbahnstrasse; sie ist ein Schlüssel, und Schlüssel funktionieren nur, wo Schlösser sind. Die Schlösser sind wir. Dieses Kapitel handelt vom Empfänger – nicht um ihn anzuklagen, sondern weil jede ernsthafte Verteidigung bei der eigenen Angreifbarkeit beginnt.

Das erste Schloss ist die Angst. Sie ist das älteste und stärkste Kommando des Gehirns; Furchtsignale werden schneller verarbeitet als jede Abwägung, sie verengen die Aufmerksamkeit, drängen zum Handeln und machen empfänglich für jeden, der Schutz verspricht. Deshalb beginnt praktisch jede Propaganda mit einer Bedrohung – die Seuche, der Feind, der Untergang des Abendlandes, die Enteignung, der Kollaps –, und deshalb ist die Grammatik der Angst in Boulevardschlagzeile und Verschwörungskanal dieselbe. Wer Ihre Angst besitzt, mietet Ihr Urteilsvermögen.

Das zweite Schloss ist die Zugehörigkeit. Der Mensch ist ein Stammeswesen; der Ausschluss aus der Gruppe war für unsere Vorfahren ein Todesurteil, und das Gehirn behandelt ihn bis heute wie eine Gefahr für Leib und Leben. Meinungen sind darum nie nur Urteile über die Welt – sie sind Mitgliedsausweise. Wer eine Ansicht aufgibt, die seine Gruppe definiert, riskiert nicht einen Irrtum, sondern seine Leute. Deshalb prallen Fakten an Überzeugungen ab, die identitätsstiftend geworden sind; deshalb kann ein und derselbe Mensch in Steuerfragen

nüchtern rechnen und in Symbolfragen brennen. Kluge Propaganda argumentiert darum gar nicht erst gegen Ihre Ansicht. Sie verwandelt eine Sachfrage in eine Frage der Zugehörigkeit – und lässt dann Ihre eigene Angst vor dem Ausschluss die Arbeit erledigen.

Das dritte Schloss ist die moralische Überlegenheit. Kaum ein Gefühl ist so süß und so unterschätzt wie das, auf der richtigen Seite zu stehen. Empörung ist seine Verkehrsform: Sie signalisiert dem eigenen Lager Tugend, kostet nichts und belohnt sofort. Die Plattformen haben diese Ökonomie messbar gemacht – moralisch-emotionale Sprache verbreitet sich nachweislich weiter als neutrale –, aber erfunden haben sie sie nicht; jede Hexenjagd der Geschichte lief auf diesem Treibstoff. Wer sich beim Teilen einer Nachricht ertappt, weil sie die Gegenseite besonders schändlich aussehen lässt, hat in diesem Moment keine Information weitergegeben, sondern ein Tugendsignal gesendet. Der Unterschied ist der zwischen Journalismus und Jagd. Das vierte Schloss ist die Wiederholung. Der Wahrheitseffekt der blossen Wiederholung ist einer der bestbelegten Befunde der Psychologie: Was wir öfter hören, kommt uns wahrer vor – selbst wenn wir es beim ersten Mal als falsch erkannt haben. Der Grund ist banal und darum unausrottbar: Vertrautes verarbeitet das Gehirn flüssiger, und Flüssigkeit fühlt sich an wie Stimmigkeit. Goebbels wusste das aus Instinkt, die Werbung weiss es aus Erfahrung, der Feed weiss es aus Daten. Die Verteidigung ist unbequem: Auch das Dementi wiederholt die Behauptung. Wer eine Lüge tausendfach zitiert, um sie zu widerlegen, hat sie tausendfach trainiert.

Das fünfte Schloss ist die Vereinfachung. Die Welt ist unerträglich komplex, und das Gehirn ist ein Sparorgan: Es liebt Geschichten mit Held, Schurke und Auflösung, es hasst Wahrscheinlichkeiten, Zielkonflikte und «es kommt darauf an». Verschwörungserzählungen sind darum kein Gegenteil des Denkens, sondern dessen Karikatur: Sie erklären alles, sie lassen nichts offen, sie geben jedem Ereignis einen Urheber. Gegen das Angebot «Alles hängt zusammen, und Schuld sind die da» wirkt die redliche Antwort – Zufall, Inkompetenz, Systemdynamik, offene Fragen – wie ein schlechteres Produkt. Sie ist nur leider öfter wahr.

Ein Werkzeug dieser Karikatur verdient eine eigene Betrachtung, weil es so unauffällig arbeitet: die Verkettung. Man nehme zwei Dinge, die es wirklich gibt, und behaupte zwischen ihnen eine Absicht. Beispiel aus der Gegenwart: Die Abnehmspritze existiert, und sie hat Millionen

Menschen daran gewöhnt, sich selbst eine Nadel zu setzen. Impfungen existieren, und sie sind für viele ein wunder Punkt. Verbindet man beides mit einem einzigen Wort – «Vorbereitung» –, entsteht eine Erzählung, die sich zwingend anfühlt: Man gewöhnt uns an die Selbstinjektion, damit später jeder sich selbst impfe. Die Erzählung ist elegant, sie erklärt viel, und sie hat nur einen Fehler: Zwischen den beiden Enden der Kette liegt nichts. Die Wirkstoffe der Abnehmspritzen sind Hormon-Nachahmer, die in den Stoffwechsel eingreifen, und haben mit der Immunologie eines Impfstoffs so viel zu tun wie ein Insulinpen mit einem Feuerlöscher. Selbstinjektion ist zudem uralte: Diabetiker, Allergikerinnen mit dem Adrenalin-Pen, Rheumapatienten mit ihren Biologika spritzen sich seit Jahrzehnten selbst – es gibt nichts zu gewöhnen, was nicht längst gewohnt wäre.

Und die Entwicklung bei Impfstoffen läuft der Behauptung geradewegs entgegen: Sie zielt auf Nasensprays, Pflaster und Schluckimpfungen, also weg von der Nadel. Die Kette hat also weder ein Motiv noch einen Mechanismus noch eine Richtung. Was sie hat, ist Plausibilitätsgefühl – und das genügt fast immer. Man prüfe an diesem Muster die nächste Erzählung, die einem begegnet, gleich aus welcher Richtung sie kommt: Zwei wahre Enden beweisen die Kette dazwischen nicht. Die Beweislast liegt bei dem, der die Verbindung behauptet, nicht bei dem, der sie bezweifelt. Diese Regel ist unbequem, weil sie für die Erzählungen der Gegenseite gilt und für die eigenen gleichermassen – und weil sie in dem Moment am schwersten anzuwenden ist, in dem eine Geschichte endlich alles zu erklären scheint.

Und über allem liegt das sechste, das Meta-Schloss: der blinde Fleck. In Umfragen halten sich stabile Mehrheiten für weniger beeinflussbar als den Durchschnitt – was mathematisch nicht aufgeht und psychologisch alles erklärt. Beeinflussung spüren wir grundsätzlich nur bei anderen; die eigene Meinungsbildung erleben wir von innen, als Einsicht. Deshalb ist der Satz «Ich lasse mich von so etwas nicht manipulieren» kein Schutzwall, sondern ein Einfallstor. Die Menschen, die 1930 Zeitung lasen, hielten sich für aufgeklärt. Die Menschen, die 1970 fernsahen, hielten sich für kritisch. Wir, die wir scrollen, halten uns für medienkompetent. Die Form dieser Selbstgewissheit ist über die Jahrzehnte identisch geblieben. Nur die Geräte wurden besser. Immerhin: Die Forschung, die diese Schlösser vermessen hat, hat auch begonnen, an Schutzmechanismen zu arbeiten, und der vielversprechendste trägt einen medizinischen Namen. «Inokulation» –

Impfung – heisst der Ansatz, Menschen nicht nach der Manipulation zu korrigieren, sondern vor ihr zu präparieren: Man zeigt ihnen in abgeschwächter, durchschaubarer Form die Tricks selbst – das emotionale Überwältigen, das falsche Dilemma, den erfundenen Experten, die Sündenbock-Erzählung –, so wie eine Impfung dem Immunsystem den entschärften Erreger zeigt. In Experimenten, teils mit Millionen Teilnehmern auf Videoplattformen, erkannten Menschen nach solchen kurzen Lehrstücken manipulative Inhalte messbar besser, unabhängig davon, aus welcher politischen Richtung sie kamen – denn geimpft wird gegen die Technik, nicht gegen eine Meinung. Das «Pre-bunking» hat inzwischen den Weg aus den Laboren in Schulzimmer und Kampagnen gefunden; die finnischen Lehrpläne, in denen Quellenkritik von der Grundschule an Unterrichtsprinzip ist, gelten europaweit als Referenz, und auch in deutschen, österreichischen und Schweizer Schulen wächst das Fach unter dem spröden Titel «Medienkompetenz». Man sollte die Erwartungen dosieren – Laboreffekte verblassen, der Alltag ist lauter als jedes Schulzimmer, und keine Impfung hält ewig ohne Auffrischung. Aber die Richtung stimmt, und sie ist die einzige, die mit der Architektur dieses Kapitels vereinbar ist: Wenn die Schlösser nicht zu entfernen sind, kann man wenigstens lernen, das Geräusch eines Dietrichs zu erkennen.

Was folgt daraus? Keine Checkliste kann diese Schlösser entfernen; sie sind keine Fehler im Menschen, sie sind der Mensch. Aber man kann sie kennen, und Kennen verändert die Lage – nicht wie eine Impfung, eher wie ein Geländer. Die wirksamste Einzelfrage, die die Forschung anzubieten hat, ist ernüchternd schlicht: Warum sehe ich das – und warum jetzt? Wer sich angewöhnt, bei jeder starken Gefühlsregung vor einem Bildschirm dreissig Sekunden verstreichen zu lassen, bevor er teilt, urteilt oder antwortet, hat der Maschinerie ihr wichtigstes Betriebsmittel entzogen: den Reflex. Man nennt das früher wie heute mit einem altmodischen Wort: Fassung.

Die gute Nachricht dieses Kapitels ist zugleich seine Zumutung: Das schwächste Glied der Manipulationskette sitzt nicht in Moskau, nicht im Silicon Valley und nicht in einem Ministerium. Es hält gerade dieses Buch in der Hand. Und es ist damit das einzige Glied der Kette, über das Sie tatsächlich Gewalt haben.

Die letzte Verteidigungslinie – über die Zukunft des Journalismus

Ein Eckbüro in einer Redaktion, irgendwo im deutschen Sprachraum, spät am Abend. In der untersten Schublade des Schreibtischs liegt ein Ordner, und der Mann, dem der Schreibtisch gehört, öffnet ihn ein paarmal im Jahr. Die Geschichte darin ist gross – sie würde Karrieren beenden, vielleicht eine Behörde erschüttern. Er weiss seit fünf Jahren, dass sie stimmt: Die Quelle, die sie ihm erzählt hat, hat ihn nie belogen, und alles, was sich prüfen liess, hat gehalten. Aber es gibt keine zweite Quelle. Fünf Jahre sucht er sie nun; fünf Jahre bleibt der Ordner in der Schublade. Jeder Praktikant mit einem anonymen Account hätte die Geschichte längst in die Welt gesetzt – Reichweite garantiert, Dementi egal. Der Mann am Schreibtisch tut es nicht, und wenn man ihn fragt, warum, zuckt er mit den Schultern, als wäre die Antwort banal: Weil wir das so machen. Zwei Quellen. In dieser Schublade, könnte man sagen, liegt der ganze Unterschied zwischen Journalismus und Content – und die ganze Frage, ob dieser Unterschied das nächste Jahrzehnt überlebt.

Am Ende dieser Reise durch die Maschinerien der Beeinflussung steht die Frage nach der Gegenmaschinerie. Wenn Wahrheit, wie wir gesehen haben, kein Besitz ist, sondern ein Verfahren – prüfen, belegen, gegenlesen, korrigieren –, dann ist der Journalismus die Institution, die dieses Verfahren berufsmässig betreibt: die letzte Verteidigungslinie der gemeinsamen Wirklichkeit, wie es ein alter Redakteur einmal formulierte. Jeder hat eine Meinung, aber nicht jeder hat einen Fakt; Fakten sind nicht verhandelbar, und Journalisten handeln mit Fakten oder mit gar nichts. Das ist der Anspruch. Die vorangegangenen Kapitel haben gezeigt, wie tief die Wirklichkeit unter diesem Anspruch liegen kann – der Redakteur mit den vier Sekunden, die Erregungsbewirtschaffung, die Pandemie-Verflechtungen. Dieses Kapitel fragt, was von der Verteidigungslinie zu halten und zu retten ist. Die Antwort beginnt mit einer Metapher, die aus dem Handwerk selbst stammt und präziser ist als jede Medientheorie: die Glaubwürdigkeitsbank. Jede Redaktion unterhält beim Publikum ein Konto. Jede belegte Recherche, jede eingestandene Korrektur, jede widerstandene Versuchung zahlt ein. Jede geschärfte Schlagzeile, jede ungenannte Abhängigkeit, jeder still korrigierte Fehler hebt ab. Und manche Instrumente

sind Kredite: Wer eine anonyme Quelle verwendet, sagt dem Leser – vertrau mir, ich habe gute Gründe, den Namen zu schützen, und ich haften dafür. Das funktioniert genau so lange, wie das Konto gedeckt ist. Die Krise des Journalismus, von der seit zwanzig Jahren die Rede ist, wird meist als Geldkrise erzählt, und sie ist auch eine: Die Anzeigenerlöse sind zu den Plattformen abgewandert, die Auflagen sinken, Lokalredaktionen sterben, und was das für die Demokratie bedeutet, lässt sich messen – wo die Lokalzeitung verschwindet, sinken nachweislich Wahlbeteiligung und Rechenschaft, und es wächst, wie wir gesehen haben, der rosa Schleim der Attrappen. Aber die tiefere Krise ist eine Kontokrise: In den Vertrauensstudien der letzten Jahre glaubt in Deutschland, Österreich und der Schweiz nur noch etwa die Hälfte der Bevölkerung den Nachrichten im Allgemeinen – mit einem harten, wachsenden Sockel, der «den Medien» grundsätzlich Steuerung unterstellt. Man kann diesem Sockel Verblendung vorwerfen. Klüger ist, die Einzahlungen zu erhöhen.

Wie das aussehen kann, lässt sich besichtigen, denn die Gegenbewegungen existieren längst. Die Recherchenetzwerke, die über Grenzen hinweg Dokumentenberge auswerten – Panama Papers, Pandora Papers, Pegasus –, haben vorgeführt, dass Journalismus im Verbund leisten kann, was keinem Einzelnen mehr möglich ist, und dass Kooperation die neue Konkurrenz ist. Die Verifikationsteams, die aus der OSINT-Bewegung in die Redaktionen eingewandert sind, machen aus der Fälschungsflut ein Arbeitsfeld: Herkunft prüfen statt nur zitieren. Und die vielleicht wichtigste Innovation ist die unscheinbarste – Transparenz der Methode. Redaktionen, die zeigen, wie sie zu einem Ergebnis kamen, welche Dokumente vorlagen, was sie nicht wissen und wo sie sich korrigiert haben, verwandeln den blinden Vertrauensvorschuss in nachvollziehbares Vertrauen; der Leser wird vom Gläubigen zum Prüfer befördert, und genau diese Beförderung ist das Gegengift gegen den Verdacht der Steuerung. «Zeig deine Arbeit» – was in jeder Mathematikprüfung gilt, wird zur Überlebensregel eines Berufsstands, dem niemand mehr aufs Wort glaubt. Zu Recht übrigens: Aufs Wort glauben sollte man niemandem, das ist die Kernthese dieses Buches, und der Journalismus, der das begreift, hört auf, die Skepsis seines Publikums als Kränkung zu behandeln, und beginnt, sie als Geschäftsgrundlage zu bedienen.

Bleiben die Geldfrage und ihre Fallstricke, und hier hält der deutsche Sprachraum wieder Lehrstücke bereit. Das Abonnementsmodell, das

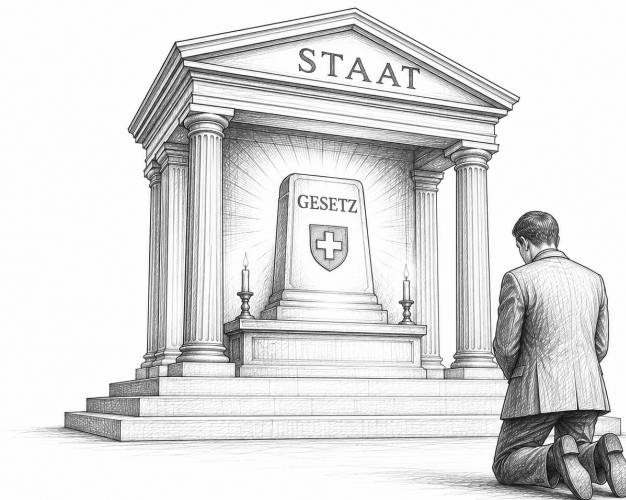
die Qualitätsmedien rettet, hat eine dunkle Kehrseite: Es sperrt die geprüfte Information hinter Bezahlschranken, während die ungeprüfte gratis flutet – eine Zweiklassen-Öffentlichkeit, in der sich ausgerechnet die zahlungskräftige Minderheit die Wirklichkeit leistet und die Mehrheit beim Rauschen bleibt. Die staatliche Förderung, der naheliegende Ausweg, trägt das Gift in sich, das wir im Pandemie-Kapitel seziert haben: Schon die sichtbare Leine tötet das Vertrauen, auch wenn nie daran gezogen wird. Die Schweiz hat 2022 in einer Volksabstimmung ein Massnahmenpaket zur Medienförderung verworfen – die Gegner argumentierten just mit der Unabhängigkeit: Wer vom Staat Geld nimmt, so ihr Kernsatz, kann den Staat nicht mehr kontrollieren; die Befürworter hielten die Alternative dagegen – Medien, die niemand finanziert, kontrollieren gar nichts mehr. Beide Sätze sind wahr, und zwischen ihnen muss jede Demokratie ihre eigene Linie ziehen: Förderung nach starren, justiziablen Kriterien, entschieden fern der Tagespolitik, oder gar nicht.

Der öffentlich-rechtliche Rundfunk schliesslich, die grösste medienpolitische Konstruktion des deutschen Sprachraums, steht im Zentrum desselben Dilemmas: gebührenfinanziert, gerade um von Regierung und Markt gleichermaßen unabhängig zu sein – und doch in Teilen des Publikums als «Staatsfunk» verbucht, in Debatten um Gremien, Gehälter und Ausgewogenheit verstrickt, in der Schweiz periodisch mit Abschaffungs- und Halbierungsinitiativen konfrontiert. Man kann diese Anstalten reformbedürftig finden und ihre Konstruktion trotzdem verteidigen: Ein Land, das seinen beitragsfinanzierten Rundfunk schleift, sollte vorher beantworten können, wer danach die Flächen bespielt – die Antwort der internationalen Erfahrung lautet: selten die Besseren.

Und der Journalist selbst? Er wird in diesem Jahrzehnt neu definieren müssen, was ihn unterscheidet – nicht vom Kollegen, sondern von der Maschine und vom Milieu. Von der Maschine, die Texte in Sekunden erzeugt, unterscheidet ihn genau eines: die Haftung. Ein Sprachmodell kann formulieren, aber es kann nicht bezeugen; es war nicht dort, es hat niemanden getroffen, es haftet für nichts. Recherche – das Hingehen, das Nachfragen, das Aktenlesen, das Aushalten von Türen, die zugeschlagen werden – ist nicht automatisierbar, und sie wird zum eigentlichen Produkt, während die Formulierung zur Ware wird. Vom Milieu – dem Aktivisten, dem Influencer, dem Erregungsunternehmer – unterscheidet ihn die Bereitschaft, gegen die eigene Neigung zu

publizieren: die Geschichte zu bringen, die dem eigenen Lager schadet, und die zu lassen, die ihm nützte, solange die zweite Quelle fehlt. Das ist keine Stilfrage, es ist die Definitionsgrenze des Berufs. Haltung hat inzwischen jeder; Verfahren ist das knappe Gut. Der Journalismus der Zukunft wird nicht dadurch überleben, dass er lauter, schneller oder meinungsstärker wird als seine Konkurrenz – in diesen Disziplinen ist die Konkurrenz unschlagbar, sie hat keine Kosten und keine Skrupel. Er überlebt in der einzigen Disziplin, in der er konkurrenzlos ist: im Dafür-gerade-Stehen.

Der Ordner in der Schublade ist, je nach Blickwinkel, ein Denkmal der Schwäche oder der Stärke: fünf Jahre Schweigen über eine Wahrheit, nur weil ein Verfahren es verlangt. In einer Welt, die jede Behauptung in Sekunden um den Globus schickt, wirkt dieses Zögern wie ein Fossil. Aber man drehe die Rechnung einmal um: Alles, was dieses Buch beschrieben hat – die Fluten, die Fälschungen, die Erregungsmaschinen –, ist im Kern die Abschaffung des Zögerns. Vielleicht ist der Journalismus am Ende nichts anderes als institutionalisiertes Zögern vor dem Senden. Dann wäre er nicht das Fossil dieser Epoche. Er wäre ihr fehlendes Organ.



Demokratie ohne gemeinsame Wirklichkeit?

Ein Sonntag im Spätherbst, eine Mehrzweckhalle irgendwo im Mittel-land. Auf Klappstischen stapeln sich Couverts; Freiwillige mit Kaffeebechern zählen Stimmzettel, einer liest vor, eine zweite schreibt, ein dritter prüft. Draussen, auf den Telefonen der Zählenden, tobt derselbe Abstimmungskampf noch nach – die einen Feeds verkünden die Rettung des Landes, die anderen seinen Verrat, und beide meinen dieselbe Vorlage. Drinnen aber geschieht etwas beinahe Anachronistisches: Aus dem Lärm wird eine Zahl. Die Zahl wird gelten. Auch die Verlierer werden sie kennen, und die meisten werden sie anerkennen. Es ist der unscheinbarste Moment der Demokratie – und vielleicht ihr letzter gemeinsamer Ort: der Punkt, an dem alle Wirklichkeiten sich einer einzigen Zählung beugen.

Wir haben in diesem Buch eine lange Strecke zurückgelegt – von der Höhlenwand zur Antwortmaschine –, und alle Wege führen auf diese eine Frage zu: Kann Demokratie ohne gemeinsame Wirklichkeit überleben? Demokratie ist ja, nüchtern betrachtet, ein Verfahren zur friedlichen Verarbeitung von Uneinigkeit. Sie setzt nicht voraus, dass die Bürger einig sind – im Gegenteil, sie lebt vom Streit. Aber sie setzt etwas Bescheideneres und zugleich Fundamentaleres voraus: dass die Streitenden in derselben Welt streiten. Über Steuersätze kann man verhandeln, über Werte kann man ringen. Worüber man nicht verhandeln kann, ist ein Gegenüber, das die Zahlen für gefälscht, die Zähler für gekauft und die Niederlage für Betrug hält. Der Kompromiss, dieses unterschätzte Meisterwerk der Zivilisation, braucht einen gemeinsamen Boden. Zersplittert der Boden, fällt nicht zuerst die Meinung – es fällt die Möglichkeit, Meinungen zu einem Ergebnis zu verrechnen. Von hier aus lassen sich die unbequemen Fragen stellen, die dieses Buch schuldig ist, und Ehrlichkeit verlangt, sie nicht mit falschen Gewissheiten zu beantworten.

Gibt es objektive Wahrheit überhaupt noch? Die redliche Antwort: Es gab sie nie in der Form, in der die Nostalgie sie sich denkt – als fertiges Gut, das Redaktionen verwalteten. Wahrheit war immer ein Verfahren, keine Substanz: prüfen, belegen, gegenlesen, korrigieren. Was zerfällt, ist nicht «die Wahrheit», sondern die gemeinsame Anerkennung dieses Verfahrens. Der Satz «Es gibt keine Wahrheit, nur Per-

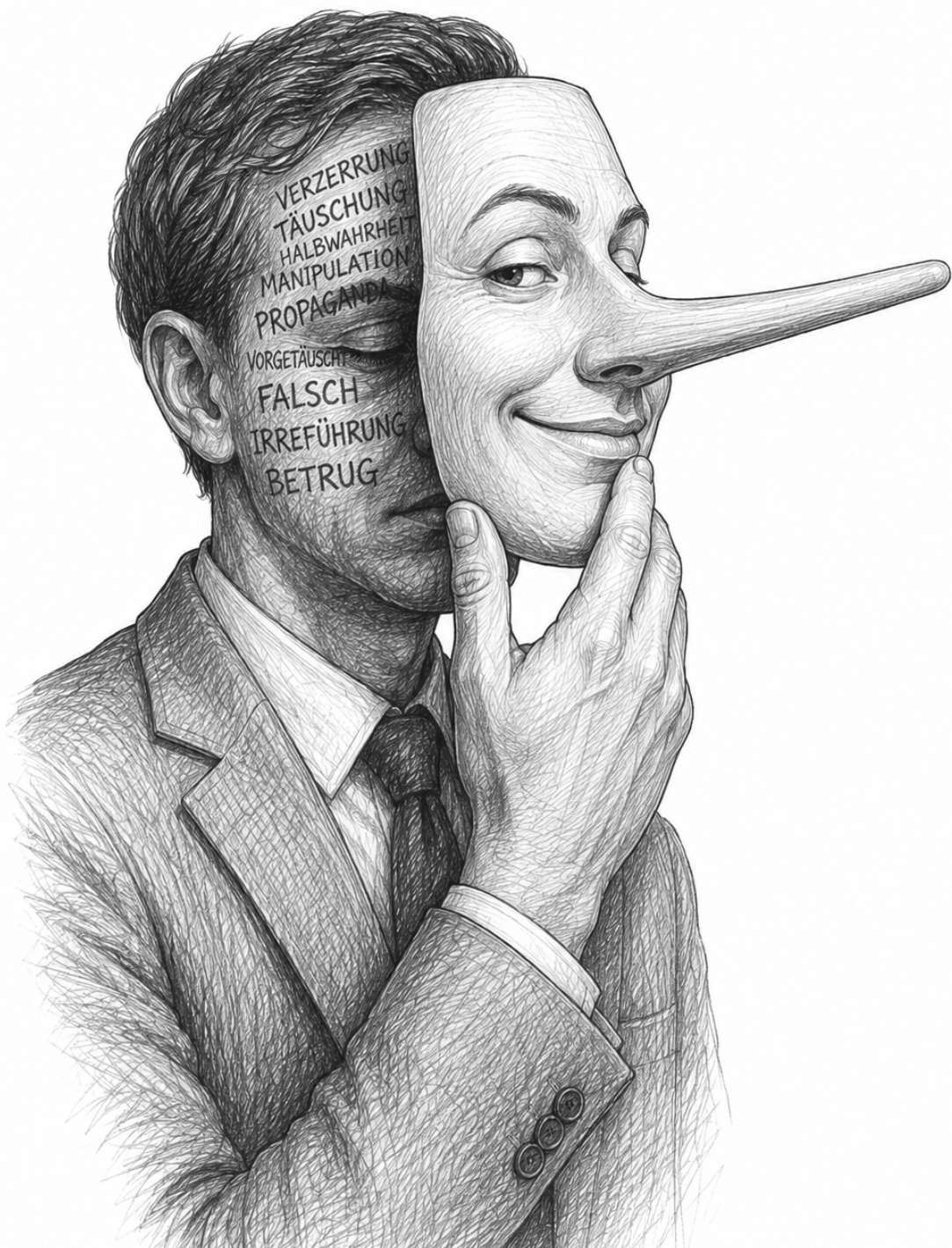
spektiven», in Seminaren als Kritik der Mächtigen gedacht, ist längst zur Lieblingswaffe der Mächtigen geworden: Wer ertappt wird, beruft sich auf Perspektiven. Man muss die Naivität nicht zurückwollen, um das Verfahren zu verteidigen. Fakten sind nicht verhandelbar – mühsam, vorläufig, revidierbar, aber nicht verhandelbar.

Werden Journalisten zu Aktivisten? Manche, ja – und die Ehrlichkeit gebietet, die Anreize zu benennen, die dorthin führen: Haltung erzeugt Bindung, Bindung erzeugt Abonnements, das erregte Publikum belohnt den Anwalt und bestraft den Abwäger. Aber die Gegenbewegung existiert ebenso: Redaktionen, die Verifikation aufrüsten, Recherchenetzwerke, die über Grenzen hinweg Dokumente prüfen, das mühselige Handwerk der zweiten Quelle. Die Zukunft des Journalismus entscheidet sich nicht am Etikett, sondern an einer einzigen Unterscheidung: ob eine Redaktion ihrem Publikum dient – oder dessen Erregung.

Werden Bürger zu Produkten? Im ökonomischen Sinn sind sie es längst; das Geschäftsmodell der Aufmerksamkeitsindustrie ist kein Geheimnis, sondern ein Börsenprospekt. Die eigentliche Frage ist, ob sie nur noch Produkte sind – oder ob die Bürgerrolle sich behaupten kann: das Wesen, das nicht bloss reagiert, sondern urteilt; nicht bloss teilt, sondern prüft; nicht bloss empfängt, sondern wählt. Diese Rolle stirbt nicht durch Verbot. Sie stirbt durch Nichtgebrauch.

Ersetzen Algorithmen die Propagandaministerien? Nein – sie sind etwas anderes, und das Andere ernst zu nehmen ist wichtiger, als es mit alten Namen zu belegen. Das Ministerium hatte eine Absicht und eine Adresse; man konnte es stürzen. Die Aufmerksamkeitsmaschine hat Millionen Betreiber, Milliarden Komplizen und kein Zentralkomitee; man kann sie nur regulieren, umbauen – und unterlaufen, indem man ihr das eigene Verhalten entzieht. Das ist schwerer als ein Sturz. Es ist aber auch: möglich.

Und hier kommt jener unscheinbare Sonntag in der Mehrzweckhalle zurück ins Bild, denn die Schweiz ist in dieser Erzählung mehr als Lokalkolorit – sie ist ein Versuchsaufbau. Nirgendwo sonst wird die Bevölkerung so regelmässig gezwungen, aus dem Meinungslärm eine Entscheidung zu destillieren; nirgendwo sonst ist deshalb die Qualität der öffentlichen Information so unmittelbar eine Frage der Staatsform. Das System hat eingebaute Dämpfer, um die man es beneiden



darf: die Erfahrung, dass man nach der Niederlage weiterleben und in drei Monaten erneut abstimmen wird, kühlt die Apokalyptik; das Abstimmungsbüchlein, das jedem Haushalt Argumente beider Seiten zu stellt, ist ein Relikt aus der Zeit der gemeinsamen Tatsachenbasis – und wirkt gerade deshalb plötzlich avantgardistisch. Aber Immunität gibt es nicht: Auch hier wandern die Kampagnen in die Feeds, auch hier wächst die Versuchung, den Gegner nicht zu widerlegen, sondern zu fluten. Die direkte Demokratie wird zum Frühwarnsystem des Kontinents: Wo der Souverän alles entscheidet, zeigt sich zuerst, was geschieht, wenn er alles Verschiedene sieht.

Was also trägt, wenn die gemeinsame Wirklichkeit dünn wird? Drei Dinge, so unglamourös wie belastbar. Erstens Institutionen der Beglaubigung – unabhängige Gerichte, Statistikämter, Wahlkommissionen, öffentlich-rechtliche und private Redaktionen mit Verfahren statt Meinungen: die Infrastruktur der Tatsache, die man erst vermisst, wenn sie fehlt.

Zweitens Regeln für die neue Infrastruktur – Transparenz über politische Werbung, Zugang der Forschung zu Plattformdaten, Kennzeichnung des Synthetischen; nicht als Wahrheitsministerium, sondern als das Gegenteil: als Offenlegungspflicht der Maschinenräume. Und drittens, unersetzbar, das Verhalten der Vielen – jene Milliarde kleiner Entscheidungen, aus denen der Aufmerksamkeitmarkt besteht und die ihn deshalb auch ändern können: was wir klicken, teilen, abonnieren, ignorieren. Öffentlichkeit ist keine Naturgegebenheit. Sie ist eine Gemeinschaftsleistung. Sie war es immer.

Vielleicht ist die gemeinsame Wirklichkeit nie ein Besitz gewesen, sondern immer nur eine Praxis – etwas, das nicht vorhanden ist, sondern getan wird: zählen, prüfen, zuhören, anerkennen. Dann lautet die Frage dieses Jahrhunderts nicht, ob wir sie verlieren. Sondern ob wir aufhören, sie zu tun.

Die letzte Lüge

Noch einmal Winterthur, dasselbe Wohnzimmer, ein Jahr später. Wieder der Regen, wieder der Tisch, wieder die vier. Der Sohn erzählt von einem Video – «wahrscheinlich Fake», sagt er, und zuckt mit den Schultern. Der Vater nickt: «Kann man ja eh nichts mehr glauben.» Die Mutter seufzt zustimmend, die Tochter blickt nicht auf. Vier Menschen, endlich einer Meinung. Es ist die friedlichste Szene dieses Buches. Und die gefährlichste.

Denn hier, an diesem Küchentisch, vollendet sich, was auf den vorangegangenen Seiten begonnen hat – und es vollendet sich nicht mit einem Knall, sondern mit einem Achselzucken.

Die klassische Propaganda wollte, dass wir eine bestimmte Lüge glauben. Sie war anstrengend, denn Lügen sind wartungsintensiv: Sie müssen gegen die Wirklichkeit verteidigt, wiederholt, abgeschirmt werden, und irgendwann – in Dresden vor dem Westfernsehen, in Moskau vor leeren Regalen – zerschellen sie doch. Die Propaganda unserer Zeit hat aus diesem Scheitern gelernt und ihr Ziel verlegt. Sie will nicht mehr, dass wir das Falsche glauben. Es genügt ihr, dass wir das Richtige nicht mehr glauben können. Ihr Endprodukt ist kein Irrtum, sondern ein Zustand: die höfliche, müde, allumfassende Skepsis, die sich für Klugheit hält. «Kann man ja eh nichts mehr glauben» – der Satz klingt wie Kritik und ist doch Kapitulation. Wer nichts mehr glaubt, prüft auch nichts mehr. Wer nichts mehr prüft, dem kann man alles bieten. Der Zyniker hält sich für unverführbar und ist in Wahrheit das fertige Produkt der Verführung: ein Mensch ohne Massstab, verfügbar für den, der ihm als Nächstes ein Gefühl verkauft.

Der grösste Erfolg moderner Propaganda besteht möglicherweise nicht darin, Menschen von einer Lüge zu überzeugen. Sondern darin, sie glauben zu lassen, dass Wahrheit gar nicht mehr existiert. Gegen diesen Erfolg gibt es keinen Schalter, kein Gesetz, keine Technologie, die ihn allein rückgängig machte. Es gibt nur das Gegenteil des Achselzuckens – und das ist keine Heldentat, sondern eine Haltung von beinahe beschämender Schlichtheit: der Entschluss, dass Wahrheit ein Verfahren bleibt und kein Gefühl; dass der Unterschied belegt und behauptet den Aufwand wert ist; dass man dem

eigenen Zorn vor dem Bildschirm dreissig Sekunden Bedenkzeit schuldet; dass man Menschen anderer Wirklichkeit nicht als Verlorene abschreibt, weil man selbst, mit anderem Feed, an ihrer Stelle sässe. Nichts davon ist neu. Prüfen, zweifeln, dem Zweifel misstrauen, weiterfragen – es ist das alte, unmoderne Programm der Aufklärung, nur dass es diesmal nicht gegen Thron und Altar antritt, sondern gegen die perfekteste Bequemlichkeitsmaschine, die je gebaut wurde. Sie werden dieses Buch zuklappen und Ihr Telefon in die Hand nehmen; das ist keine Unterstellung, sondern Statistik. Auf dem Bildschirm wird eine Schlagzeile warten, ein Video, eine Empörung, massgeschneidert für Sie, berechnet aus allem, was Sie je berührt hat. Sie werden sie mit anderen Augen sehen – für eine Weile. Dann wird der Alltag zurückkehren, der Daumen wird wieder schneller sein als das Urteil, und genau darauf verlässt sich das System: nicht auf Ihre Dummheit, sondern auf Ihre Erschöpfung.

Vielleicht erinnern Sie sich dann an die vier Menschen am Küchentisch. Was ihnen fehlt, ist keine bessere Technologie und keine reinere Information. Was ihnen fehlt, ist ein einziger Satz, den einer von ihnen aufblickend sagen müsste, quer über die Teller, hinein in die vier Wirklichkeiten: «Zeig mal. Woher weisst du das?»

Es ist eine kleine Frage. Sie ist unbequem, sie stört den Frieden, sie dauert länger als ein Daumenwisch.

Mit ihr beginnt jede Verteidigung.

Ende

WER DIE GESCHICHTEN ERZÄHLT, HERRSCHT ÜBER DIE GEGENWART.

Von Ulrich Zwingli und dem Buchdruck der Reformation
über die geistige Landesverteidigung im Zweiten Weltkrieg
bis zu Algorithmen, KI und Deepfakes:

Dieses Buch zeigt, wie Propaganda funktioniert –
gestern, heute und morgen.

Es ist die Geschichte der unsichtbaren Mechanismen,
die unsere Meinungen formen, unsere Ängste steuern
und unsere Demokratien herausfordern.

Ein Buch für alle, die verstehen wollen,
warum Wahrheit heute der größte Kampf unserer Zeit ist.

“ Die größte Leistung der modernen Propaganda
ist nicht, uns eine Lüge glauben zu lassen.
Sondern uns davon zu überzeugen,
dass es Wahrheit überhaupt nicht mehr gibt. ”

