

Deutschland: *Krieg gegen die Redefreiheit, Boykott und ein neues Wahrheitsministerium*

von Stefan Frank

[veröffentlicht am 20.01.2017 von](#)

Ende letzten Jahres gab es in Deutschland eine bis dahin ungekannte Boykottkampagne gegen Websites wie die beliebte regierungskritische "[Achse des Guten](#)", die aus heiterem Himmel plötzlich des "Rechtspopulismus" verdächtigt wurde – und das auch von einer Einrichtung, die vom Staat finanziert wird.

Alles begann mit Donald Trumps Sieg bei den US-Präsidentenwahlen. Darauf reagierte Deutschlands Establishment höchst nervös: Der Außenminister und prädestinierte künftige Bundespräsident Frank-Walter Steinmeier – der 2015 einer der Ersten war, die nach der Aufhebung der Sanktionen in den Iran reisten, um dort den [Kotau vor den Ayatollahs](#) zu machen – nennt Amerikas künftigen Präsidenten einen "[Hassprediger](#)".

In Deutschlands Zeitungen [herrschen](#) Weltuntergangsstimmung und Antiamerikanismus. Doch wütende Hetze allein reicht vielen Trumphassern nicht; sie wollen ihre Energien in Aktivismus verwandeln, so kopflos dieser auch sein mag. Seit November hätten Deutschlands linke Parteien starken Mitgliederzuwachs, [meldet](#) das Nachrichtenmagazin "Der Spiegel". Zur selben Zeit wurde bekannt, dass die Bundesregierung angesichts der 2017 stattfindenden Bundestagswahlen nicht mehr nur auf Selbstzensur der Journalisten setzt – also darauf, dass die Zeitungen freiwillig oder auf [Druck des Presserats](#) auf jegliche Kritik an der Einwanderungspolitik verzichten –, sondern offene Zensur plant.

Bundesregierung plant "Wahrheitsministerium"

Wie der "Spiegel" [berichtet](#), will das Bundesinnenministerium "im Kampf gegen Falschnachrichten in den sozialen Netzwerken" ein "Abwehrzentrum gegen Desinformation" einrichten. "Es klingt nach dem Wahrheitsministerium 'Miniwahr' aus dem dystopischen Roman '1984' von George Orwell", [schreibt](#) selbst die sozialdemokratische "Frankfurter Rundschau". "Das riecht nach Zensur", sagt Frank Überall, Bundesvorsitzender des Deutschen Journalistenverbandes (DJV). "Abwehr", so hieß auch der [militärische Geheimdienst der Nazis](#) – offenbar soll schon durch die Wortwahl gezeigt werden, wie ernst es der Bundesregierung ist.

Geächtet sind in Deutschland alle Gedanken, die im Verdacht stehen, "populistisch" zu sein, die also nicht den Segen der Obrigkeit haben. Das gilt vor allem für jegliche Kritik an der Bundesregierung (insbesondere an der Zuwanderungs- und Energiepolitik), an der EU, am Islam, an den Behörden und an den Medien. Die Bundeszentrale für politische Bildung – die Informationsanstalt des Innenministeriums – spricht es offen aus: "Anti-Elitarismus", "Anti-Intellektualismus", "Antipolitik" und "Institutionenfeindlichkeit" seien "[Wesensmerkmale des Populismus](#)". Eliten und

Intellektuelle werden also in Deutschland zu den verletzlichen Minderheiten gerechnet, die besonders geschützt werden müssen.



"Die dicken blöden weißen Männer"

Zu dieser Elite zählt sich zweifellos auch der Mann, der Ende des Jahres einen der größten deutschen [Medienskandale](#) der jüngeren Zeit provozierte, indem er zusammen mit einer Seilschaft in Medienagenturen und Politik eine neue Form der Internetzensur einzuführen versuchte: Gerald Hensel, bis vor kurzem noch ein hochrangiger Mitarbeiter ("Strategy Director") von [Scholz & Friends](#). Scholz & Friends ist eine der beiden großen deutschen Werbeagenturen; zu ihren Kunden zählen multinationale Konzerne wie General Motors, aber auch die Bundesregierung und die Europäische Kommission, sie ist also sehr staatsnah. Aus Wut darüber, dass Trump die Wahl in Amerika gewonnen hatte, [forderte](#) Hensel: "Lasst uns rechtsradikalen Medien den Geldhahn zudrehen!" Zuvor hatte er bereits in einer Art [Strategieschrift](#) den Austausch von Argumenten für nutzlos erklärt. Vielmehr müsse der politische Gegner – die "Populisten" – mit schmutzigen Methoden bekämpft werden. In seinen Worten:

- ▶ *"Die liberale Mitte muss die Samthandschuhe gerade in den neuen digitalen informationellen Kriegen mit der Neuen Rechten ausziehen. Wir müssen den Spieß umdrehen und Populismus auch und gerade im Netz lernen... Es gilt darum, an vielen kleinen Punkten digital übergriffiger und deutlich unsympathischer im Umgang mit den Leuten zu werden, die uns ihre Zukunft aufdrücken wollen - und das lange vor der nächsten Bundestagswahl... Politisches Storytelling, Targeting gegen den politischen Gegner, Influencer, Foren, Gerüchte..."*

Gegen "die Neurechte" müssten "Maßnahmen" ergriffen werden, die

- ▶ *"below-the-line und digital sind. Wir brauchen 'gute' Trollfabriken im Kampf gegen Frauke Petry, Beatrix von Storch, Geert Wilders, Marine Le Pen und die*

dicken blöden weißen Männern hinter ihnen. Das auch gerne schnell. Ab 2017 zerlegen sie weiter die EU und damit die Zukunft von uns und unseren Kindern."

Werbeagentur als Gedankenpolizei

Ende November rief Hensel unter der Überschrift "[Kein Geld Für Rechts](#)" seine Kollegen in den Werbeagenturen dazu auf, alle zu boykottieren, die dem von ihm skizzierten Feindbild entsprechen, weil sie beispielsweise "EU-feindlich" sind oder womöglich gar Sympathien für Donald Trump hegen. Er konnte auf einen fahrenden Zug aufspringen, denn zu dieser Zeit gab es in deutschen Medien bereits eine Hexenjagd gegen den amerikanischen Blog "Breitbart" wegen dessen Nähe zu Donald Trump. Ohne irgendwelche Beweise vorzulegen, [behaupteten](#) zahlreiche deutsche Zeitungen und Rundfunkmedien, "Breitbart" sei eine "rassistische", "sexistische", "xenophobe", "antisemitische" und "islamfeindliche" "Hetzseite". Im staatlichen deutschen Fernsehsender ARD wurde Breitbart als "ultrarechte" "Plattform für weiße Vorherrschaft" [tituliert](#). Andere Journalisten schlugen ähnliche Töne an.

Wer keine Zeitung liest, ist verdächtig

Hensel ging nur eine Spur weiter. Im Stil eines Anklägers der Inquisition rief er dazu auf, die von ihm vermutete "Dominanz rechter Mikro-Medien" (er meint Websites) zu brechen. Für höchst gefährlich und staatsgefährdend [hält](#) er jeden Menschen, der Artikel liest, hinter denen kein deutsches Medienimperium steht: "Während ich mein Info-Bedürfnis mit meinem ZEIT- oder Le Monde Diplomatique-Abo abdecke, informiert sich der wackere neurechte Freiheitskämpfer gerne über Online-Medien wie die Achse des Guten oder Breitbart News." Das allein ist für ihn schon verdächtig. Er, auf dessen Website (seit Dezember nur noch mit Passwort zu erreichen) ein Sowjetstern [prangt](#), macht mit seinen Gegnern gern kurzen Prozess. "Breitbart" etwa ist für ihn faschistisch ("[Salonfaschos](#)"). Warum? Weil der Blog – und hier zitiert er der Einfachheit halber einen Artikel der "Süddeutschen Zeitung" – "sämtliche Themen des deutschen Rechtspopulismus" abdecke; Breitbart berichte "von der Migrations- und Flüchtlingspolitik der deutschen Bundesregierung, sowie über angebliche kriminelle Taten von Migranten und islamistische Umtriebe". Das hält Hensel offenbar für mindestens so kriminell wie die Lektüre von Artikeln, die nicht in einer der von ihm gebilligten Zeitungen stehen. Die Lösung? Boykott! "In meiner kleinen blöden Welt herrscht Meinungsfreiheit. Zweifellos sind Seiten wie Breitbart News und die Achse des Guten ... legale Medien." "Dennoch" könne man Firmen "natürlich mal fragen, ob sie ... wissen, dass ihre Banner auf entsprechenden Seiten stehen und dort ihre Marke repräsentieren." Diese Art des "Fragens" ist ungefähr so, wie wenn die Mafia den Pizzeriaberitzer "fragt", ob er denn eine Feuerversicherung habe.

Allianz für Zensur

Seinen Lesern (bzw. Komplizen) gab Hensel detaillierte Anweisung: Wer in einem Unternehmen arbeite, solle prüfen, ob die von ihm genannten "rechten" Websites auf der "Black List" stünden. Mitarbeiter von Werbeagenturen sollten mit Hensel und anderen autoritären Charakteren eine Seilschaft für Internetzensur bilden: "Sollte dich deine Karriere in einer Media-Agentur etwas höher gebracht haben, könnte man das

Thema ja vielleicht mal beim nächsten Media-Miteinander mit Kollegen ansprechen. 2017 ist Wahljahr. Ihr, liebe Kollegen, habt durchaus mit in der Hand, wer unsere Werbedollars bekommt."

Konsumenten sollten direkt oder über die sozialen Medien Druck auf Unternehmen ausüben, keine Werbung bei "Hetzpostillen" und "Zukunftsvergiftern" zu schalten.

Dieses Pamphlet erschien, wie gesagt, nur auf einem privaten Blog, noch dazu auf einem, den bis dahin kaum jemand kannte. Doch die Macht, mit der Hensel prahlte – die Netzwerke in den Werbeagenturen und Redaktionen – war echt. Auf Hensels Kommando hin berichteten große Zeitungen und Websites mit viel Sympathie über die Aktion unter dem Hashtag #keingeldfürrechts.

Konzerne beugen sich dem Druck

Große Unternehmen wie die Deutsche Telekom (T-Mobile), BMW oder die Lebensmittelhandelskette REWE parierten umgehend und schworen, "Breitbart" sofort auf die Schwarze Liste gesetzt zu haben und dort nie wieder zu werben. Der "Spiegel" [berichtete](#) über Hensels "Widerstand" (!) und stellte ein Unternehmen an den Pranger, das nicht sofort gespurt hatte: Die Reaktion eines Pizzalieferservices, der selbstbewusst genug war, zu antworten, er sei "nicht von der Gesinnungspolizei" wurde vom "Spiegel" als "unbeholfen" getadelt - nach "Protesten von Nutzern" habe er dann aber doch kapituliert, stellte das Blatt voller Genugtuung fest.

"Breitbart" wird es verkraftet haben, auf ein paar Hundert Dollar Werbeeinnahmen aus Deutschland zu verzichten. Doch bei seinem Versuch, seine Kollegen in den Werbeagenturen auch gegen deutsche Websites wie die "Achse des Guten" aufzubringen, war Hensel erfolgreich: Wenige Tage später wollte keine von ihnen mehr Werbung dort platzieren. Das Anzeigengeschäft, eine Einnahmequelle, die für Websites mindestens ebenso wichtig ist wie für Zeitungen, kam zum Erliegen. Hensel währte sich am Ziel.

Staatlich finanzierter Boykott

Dabei geholfen hatte ihm auch eine Gedankenpolizei, die von der Bundesregierung, dem Deutschen Fußballbund und der Wochenzeitung "Die Zeit" finanziert wird, und die bis vor kurzem auch noch Scholz & Friends zu ihren Unterstützern zählte: "[Netz gegen Nazis](#)".

Von dem Namen darf man sich nicht täuschen lassen: Ein "Nazi" ist für die Autoren dieser Website bereits, wer "[islamfeindlich](#)" oder "[medienfeindlich](#)" ist. Kurz nach Hensels Boykottaufruf erschien die "Achse des Guten" bei "Netz gegen Nazis" auf einer Liste von "beliebten rechtspopulistischen Blogs" – gemeinsam mit dem liberalen Publizisten Roland Tichy und der evangelischen Bürgerrechtlerin Vera Lengsfeld (die Kommunisten ein Dorn im Auge ist, weil sie sich in den 1980er Jahren in der DDR gegen die Diktatur engagiert hatte). Die Amadeu-Antonio-Stiftung, die die Seite betreibt, [erhält](#) jährlich fast eine Million Euro von der Bundesregierung. Offenbar zeigt sie ihre Dankbarkeit, indem sie Rufmord an Regierungskritikern verübt.

"Mode, Leute als 'rechts' zu denunzieren"

In kurzer Zeit hatte Hensel eine Art Mafia auf die Beine gestellt, die diejenigen, die die ideologische Gefolgschaft verweigern, durch Verleumdung wirtschaftlich kaputt macht, indem sie die Kunden verjagt.

"Es ist gerade schwer in Mode", [kommentierte](#) die "Frankfurter Allgemeine", "Leute zu brandmarken und als 'rechts' zu denunzieren, deren Ansichten man nicht teilt. Mit dem Etikett wollen Unternehmen nichts zu tun haben und drehen – wie man auf Twitter nachverfolgen kann –, gleich bei, wenn sie nur heftig genug darauf hingewiesen werden, sie unterstützten mit ihrer Werbung (die im Internet oft automatisch geschaltet und gestreut wird) die Falschen."

Doch die "Achse des Guten" zeigte, wie man sich wehren kann: Die Redakteure machten den Fall in einer Reihe von Berichten und Kommentaren [öffentlich](#). Mehrere Tausend Leser beschwerten sich daraufhin auf der Facebookseite von Hensels Arbeitgeber Scholtz & Friends, welcher sich nach anfänglicher [Unterstützung](#) von der Aktion seines Mitarbeiters [distanzierte](#) und sich schließlich von Hensel trennte. Seine Aktion sei "so erfolgreich" gewesen, dass er seinen Arbeitgeber "aus der Schusslinie nehmen" wolle, [sagte](#) Hensel selbst und stellte sich als [Opfer](#) dar. "Sowohl mein Ex-Arbeitgeber als auch ich wurden Opfer eines gewaltigen Hatestorms aus unzähligen Tweets, Mails und Kommentaren über Social Media ... Das ist eine systematische Kampagne."

Propagandaoffensive zur Bundestagswahl

Dabei war er derjenigen gewesen, der eine systematische Kampagne mit den von ihm propagierten schmutzigen Tricks "unter der Gürtellinie" ausgerufen hatte. Das geschah offenbar auch mit Blick auf Pläne der Bundesregierung zur ideologischen Festigung der Bevölkerung. Wie Recherchen der "Achse des Guten" ergaben, stand Hensels Boykottaktion in engem Zusammenhang mit Plänen des Familienministeriums, im Wahljahr 2017 eine großangelegte Werbekampagne für die Einwanderungspolitik der offenen Tür zu starten. Dafür werde eine Agentur gesucht, [meldete](#) im September eine Fachzeitschrift der Werbebranche:

"Familienministerin Manuela Schwesig hat (SPD) hinsichtlich der aktuellen gesellschaftlichen Herausforderungen in punkto Rechtsextremismus und Flüchtlinge keine leichte Aufgabe. Deswegen ist sie nun auf der Suche nach Unterstützung für eine breit angelegte Kampagne. Wie einer europaweiten Ausschreibung zu entnehmen ist, sucht das Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend (BMFSFJ) derzeit eine Agentur zur Bewerbung der Marke 'Demokratie leben! Aktiv gegen Rechtsextremismus, Gewalt und Menschenfeindlichkeit'."

Bis Mitte Dezember sollten die Agenturen ihre Vorschläge einreichen. "Es drängt sich der Verdacht auf", [schreibt](#) die "Achse des Guten", "dass diese Aktion ein voraus-eilendes Pilotprojekt für die Bewerbung um den Millionen-Etat des Familienministeriums von Ministerin Schwesig war. Ein kostenfreier Probelauf für den sogenannten 'Agenturpitch' [Englisch: [Advertising Pitch](#)]."

Venezolanische Verhältnisse?

Auf die Frage nach dem wirtschaftlichen Schaden für die "Achse des Guten" antwortet Herausgeber Henryk M. Broder gegenüber Gatestone: "Er ist erheblich, wie groß er ist, werden erst in paar Monaten wissen. Es sind ja nicht die Firmen aus der Werbung ausgestiegen, sondern die Agenturen. Der Schaden für Scholz & Friends dürfte noch größer sein, aber die reden nicht darüber."

Von einem "Angriff auf die Pressefreiheit" [spricht](#) das "Hamburger Abendblatt" und fügt hinzu: "Es scheint, als sei der Schuss der Aktivisten nach hinten losgegangen."

Vergleicht man die Situation in Deutschland mit der in der kommunistischen Diktatur [Venezuela](#), zeigt sich eine erschreckende Gemeinsamkeit: Je deutlicher das Scheitern der herrschenden Politik zutage tritt, desto aggressiver wendet sich das Establishment gegen diejenigen, die es wagen, über die Probleme zu reden.

Stefan Frank ist ein unabhängiger Publizist.