

kurz & bündig

Podcast

Skript* zur 4. Folge

Superwahljahr 2021: Wie entscheiden sich die Deutschen?

1 Guten Tag und willkommen bei einer neuen Folge kurz & bündig. Mein Name ist Lin-
2 da Achtermann und ich habe auch in dieser Folge einiges für Sie vorbereitet. Doch
3 bevor es losgeht, habe ich noch einen Tipp für Sie. Auf der Internetseite
4 www.goethe.de/kurzundbueendig finden Sie immer das Skript, also die Mitschrift zu
5 jeder Folge. Falls ich Ihnen also manchmal etwas zu schnell bin, pausieren Sie mich
6 doch einfach, lesen die fragliche Stelle im Skript nach und machen dann mit der Fol-
7 ge weiter, wenn Sie bereit sind. Aber jetzt zum heutigen Thema.

8

9 *O-Ton-Collage:*

10 *Olaf Scholz, Kanzlerkandidat der SPD: „Wir spielen auf Sieg. Es geht darum, die-*
11 *se Wahl zu gewinnen.“*

12

13 *Winfried Kretschmann, Ministerpräsident Baden-Württemberg: „Am Anfang woll-*
14 *ten wir den politischen Betrieb aufrütteln, heute ringen wir um die Führungspos-*
15 *sition in unserem Land.“*

16

17 *Nutzer, ZDF: „Der Wahl-O-Mat dauert nicht so lange und macht Spaß. Und man*
18 *sieht alle Parteien aufgelistet und kann zu jeder Partei auch die jeweilige Be-*
19 *gründung zu einer These sehen.“*

20

21 *Constanze Kurz, Chaos Computer Club: „Da [gemeint sind Desinformationskam-*
22 *pagnen, Anm. d. Red.] geht es eben im Wesentlichen um Verunsicherung. Es geht*
23 *gar nicht so sehr um eine starke politische Message zum Beispiel oder, dass man*
24 *sich für einen bestimmten Kandidaten in einem Wahlverfahren entscheidet, son-*
25 *dern eher, dass man Konfusion streut.“*

26 [Zeit : 01:18]

27

28 Wir blicken heute mit Ihnen auf das Superwahljahr 2021 – zwei Kommunalwahlen,
29 fünf Landtagswahlen, die Wahlen des Berliner Abgeordnetenhauses und die Bundes-
30 tagswahl. Und anders als in den letzten Jahren steht Deutschland vor einem Um-
31 bruch: Die Ära Merkel kommt zu einem Ende. Nach 16 Jahren als Bundeskanzlerin
32 tritt sie nicht zur Wiederwahl an und welche Politiker*innen ihr folgen, ist bis jetzt
33 noch völlig offen. Darüber hinaus hat sich die politische Landschaft in den letzten
34 Jahren auch in Deutschland stark verändert: Die Volksparteien SPD und CDU verlie-
35 ren an Zustimmung, die Grünen erleben einen noch nie dagewesenen Rückhalt in der
36 Bevölkerung.

37

38 Im ersten Ton haben wir Olaf Scholz gehört, den Kanzlerkandidaten der SPD. Die
39 Partei, die ihren Kanzlerkandidaten schon aufgestellt hatte, bevor der Wahlkampf
40 überhaupt losging.

41

42 Im zweiten Ton hörten wir Winfried Kretschmann, den amtierenden Ministerpräsi-
43 denten Baden-Württembergs, der sich auch in diesem Jahr bei der Landtagswahl zur
44 Wahl stellen wird. Er war der erste grüne Ministerpräsident Deutschlands und hat
45 nicht vor, das Amt des Ministerpräsidenten abzugeben.

46

47 Es verspricht ein spannendes und unvorhersehbares Wahljahr zu werden. Und eine
48 Frage, die sich dabei aufdrängt ist: „Wie entscheiden sich die Deutschen?“

49

50 Und nachdem ich Ihnen kurz die politische Lage in Deutschland skizziert habe, sind
51 wir uns wahrscheinlich einig, dass diese Folge ohne eine Glaskugel schwierig zu be-
52 antworten sein wird.

53

54 Nichtsdestotrotz wollen wir diese Frage beantworten – auf eine etwas andere Weise.
55 Uns interessiert heute noch nicht das Wahlergebnis, sondern wie es zu diesem Er-
56 gebnis kommt. Dafür standen auch die letzten zwei Töne in der Collage:

57

58 [Zeit : 03:08]

59

60

61 Nutzer, ZDF:
62 „Der Wahl-O-Mat dauert nicht so lange und macht Spaß. Und man sieht alle
63 Parteien aufgelistet und kann zu jeder Partei auch die jeweilige Begründung zu
64 einer These sehen.”

65
66 Constanze Kurz, Chaos Computer Club: „Da geht es eben im Wesentlichen um
67 Verunsicherung. Es geht gar nicht so sehr um eine starke politische Message
68 zum Beispiel, oder, dass man sich für einen bestimmten Kandidaten in einem
69 Wahlverfahren entscheidet, sondern eher, dass man Konfusion streut.”

70
71 Wir wollen über den Wahl-O-Maten sprechen, eine sehr populäre Internetplattform
72 und DIE Entscheidungshilfe der Deutschen wenn es darum geht, sich über die Posi-
73 tionen der Parteien zu informieren und die eigene Wahlentscheidung zu überprüfen.
74 Und das tun wir mit Martin Hetterich. Er ist Projektleiter beim Wahl-O-Mat. Er gibt
75 uns einen Einblick in die Entstehung und Wirkung der Onlineplattform, die von der
76 Bundeszentrale für politischen Bildung mitgetragen wird.

77
78 Und wir werfen einen Blick auf Desinformationskampagnen aus dem Internet, die
79 Constanze Kurz vom Chaos Computer Club gerade im Ton angesprochen hat. Der
80 Chaos Computer Club ist ein Zusammenschluss von Hackern, der sich in Deutschland
81 als DER Ansprechpartner etabliert hat, wenn es um Computer- und Internetsicherheit
82 geht. Denn spätestens seit der letzten US-Wahl ist klar: Wahlen werden auch im In-
83 ternet gewonnen.

84
85 Ich habe dafür mit Jakob Guhl, einem Extremismusforscher vom Institute of Strategic
86 Dialogue gesprochen, der uns erklärt, was zu einer guten Desinformationskampagne
87 gehört, und wie er den Einfluss auf deutsche Wahlen 2021 einschätzt.

88
89 [Zeit : 04:41]

90
91 Doch zunächst kommen wir zum Wahl-O-Maten. Eine Plattform, die Sie gerne auch
92 selbst unter www.wahl-o-mat.de ausprobieren können.

93
94 Der Name spielt auf die Vorstellung eines Spielautomaten an: Wähleransichten und
95 Parteiprogramme oben rein, Knopf drücken und Wahlentscheidung unten wieder

96 raus. Aber ganz so einfach ist es nicht – man muss sich beim Wahl-O-Maten mit den
97 Parteien beschäftigen. Deswegen findet auch Martin Hetterich den Namen, obwohl er
98 sehr einprägsam ist, manchmal etwas irreführend:

99

100 *einprägsam:*

101 *Das Adjektiv einprägsam beschreibt, dass etwas leicht im Gedächtnis bleibt, wie*
102 *hier der Name Wahl-O-Mat.*

103

104 *Martin Hetterich:*

105 *Manchmal kann man ein bisschen unglücklich sein mit dem Namen, weil ein*
106 *Name natürlich eine Erwartungshaltung provoziert, die wir so eigentlich gar*
107 *nicht einhalten wollen. Also dieses O-Mat macht natürlich das, was automatisch*
108 *passiert. Da gibt es Menschen, die erwarten vielleicht, dass man damit auch*
109 *schon seine Wahl automatisch abgegeben hat. Oder, dass es eben automatisch*
110 *funktioniert, ohne dass Nutzerinnen oder Nutzer was tun müssen, aber das ist*
111 *ja im Wahl-O-Mat nicht so. Der Wahl-O-Mat ist ja wirklich eine Aufforderung,*
112 *sich selbst damit auseinanderzusetzen.*

113

114 Martin Hetterich arbeitet bei der Bundeszentrale für politische Bildung und sitzt in
115 der Projektleitung des Wahl-O-Maten. Er würde diese Plattform so beschreiben:

116

117 *Martin Hetterich:*

118 *Der Wahl-O-Mat ist ein Online-Angebot, mit dem sich Bürgerinnen und Bürger*
119 *vor einer Wahl mit den zur Wahl stehenden Parteien vergleichen können.*

120

121 Und das relativ einfach und mundgerecht. Als Nutzerin des Wahl-O-Maten klicke ich
122 mich durch 38 Thesen, die die wichtigsten Themen des Wahlkampfes widerspiegeln,
123 und beziehe zu diesen Stellung. Am Ende kann ich auswählen, mit welchen Parteien
124 ich mich gerne vergleichen möchte und zack, spuckt der Wahl-O-Mat ein Ergebnis
125 mit Prozentangaben aus und sagt mir, inwieweit ich mit meinen ausgewählten Par-
126 teien bei der Beantwortung der Thesen übereinstimme.

127

128 *mundgerecht:*

129 *Wenn etwas in mundgerechte Stücke geschnitten wurde, ist es leichter zu essen.*
130 *Im Deutschen benutzt man dieses Adjektiv auch im übertragenen Sinne. Wenn*

4

131 *wir also sagen, der Wahl-O-Mat arbeitet die Positionen der Parteien mundge-*
132 *recht auf, meinen wir, dass die Informationen so aufbereitet wurden, dass sie*
133 *einfach und gut zu verstehen sind.*

134

135 Seit 2009 sind immer alle Parteien dabei, die auch zur Wahl antreten. Das war nicht
136 immer so: Vor 2009 wurden nur die Parteien einbezogen, die auch eine realistische
137 Chance hatten, die Wahl zu gewinnen. Dass jetzt alle Parteien dabei sind, ist für Mar-
138 tin Hetterich ein klarer Zugewinn:

139

140 *Martin Hetterich:*

141 *Jetzt hat man sehr viele Parteien, die vielleicht auch Themen mit ins Spiel brin-*
142 *gen, die sonst nicht aufgerufen werden. Man hat für die Nutzer viel mehr Infor-*
143 *mationen. Wir sind quasi das einzige Tool, wo man sich all diese kleinen Partei-*
144 *en, die zur Wahl stehen und die auch wirklich zum Teil sehr spannend sind, also*
145 *zu gucken, welchen Themen widmen die sich, wo man all diese Parteien so sor-*
146 *tiert, so aufgearbeitet präsentiert bekommt und sich durch deren Parteipro-*
147 *gramme durcharbeiten kann.*

148

149 Doch bevor ein Wahl-O-Mat für die Endnutzer*innen im Netz abrufbar ist, braucht es
150 einen Redaktionsprozess, denn nicht nur die Thesen wollen erarbeitet werden, nein,
151 auch für die Redaktion selbst gibt es jedes Mal ein Auswahlverfahren. Der Wahl-O-
152 Mat war von Beginn an ein Projekt, das sich an junge Wählerinnen und Wähler rich-
153 tet und die sind auch in der Redaktion vertreten. Aber natürlich gibt es auch ein
154 Team von Expert*innen, das am Wahl-O-Maten beteiligt ist. Wissenschaftlerinnen,
155 Pädagogen und feste Mitarbeiter, Journalistinnen aus dem jeweiligen Bundesland,
156 wenn es um Landtagswahlen geht, und die Projektleiter des Wahl-O-Maten sitzen in
157 der Redaktion. Und natürlich:

158

159 *Martin Hetterich:*

160 *Die Kooperationspartner, das heißt die Landeszentralen für politische Bildung,*
161 *also, das ist so ein 30- bis 40-köpfiges Redaktions-Gremium, das sich da zu-*
162 *sammensetzt, momentan digital zusammensetzt, sonst in tatsächlichen Work-*
163 *shops zusammensetzt, und drei Tage lang die Thesen des Wahl-O-Mat erarbeitet*
164 *und guckt: Was bieten die Parteien an programmatischen Punkten an? Wo sind*
165 *die Unterschiede und wie können wir das zuspitzen?*

5

166

167 [Zeit : 08:53]

168

169 38 Thesen stehen am Ende dieses Redaktionsprozesses im finalen Wahl-O-Maten.
170 Doch auch diese Thesen unterliegen einem zweistufigen Auswahlprozess: Im ersten
171 Schritt werden rund 80 Thesen vom Redaktionsteam erarbeitet und von den Parteien
172 beantwortet. Aus diesen 80 Thesen werden dann die 38 Thesen ausgewählt, die die
173 relevanten Themen und Konfliktlinien des Wahlkampfes am besten abbilden.

174

175 Wichtig ist, dass die Redaktion die Antworten der Parteien nicht redigiert. Eine Fra-
176 ge, die dabei immer im Raum steht: Können die Parteien dann nicht schummeln und
177 sich durch schwammige Antworten in den Windschatten von anderen Parteien hän-
178 gen? Eine Problematik, die dem Redaktionsteam nicht unbekannt ist:

179

180 *schwammige Antworten:*

181 *Der Ausdruck schwammige Antworten wird in Deutschland benutzt, um Ant-*
182 *worten zu bezeichnen, die nur sehr vage beziehungsweise nicht klar und eindeu-*
183 *tig sind.*

184

185 *Martin Hetterich:*

186 *Die Parteien sind frei in ihrer Eingabe. Das heißt, wir interpretieren nicht die*
187 *Wahlprogramme der Parteien. Wir sagen auch nicht: „Nein, das ist nicht eure*
188 *Position“, sondern, was im Wahl-O-Mat steht, kommt 1:1 von den Parteien. Jetzt*
189 *könnte natürlich die AfD das Parteiprogramm der Grünen als Grundlage für ihre*
190 *Antwort machen. Tun sie aber nicht. Also keine Partei schämt sich für ihr Pro-*
191 *gramm, sondern die Parteien sind natürlich von ihrem Programm überzeugt und*
192 *werden das Programm auch im Wahl-O-Mat so widerspiegeln. Das ist auch un-*
193 *sere Wahrnehmung von den Parteien.*

194

195 *Was wir schon tun, das ist: Wir gucken darauf, wenn eine Partei versucht, auf*
196 *eine These anders zu antworten, als sie das dann in der Begründung - die Par-*
197 *teien können ja zu jeder Position eine Begründung hinterlegen -, als sie das in*
198 *der Begründung dann ausführt. Dann weisen wir die Partei natürlich darauf hin*
199 *und wir sagen den Parteien, dass auch die Nutzer das merken werden. Und wir*

200 *wissen auch aus einzelnen Fällen, dass das auch dann im Wahlkampf den Par-*
201 *teien wieder auf die Füße gefallen ist.*

202

203 [Zeit: 10:54]

204

205 Der Wahl-O-Mat ist ein Erfolgsprodukt, aber keine deutsche Erfindung. Eine solche
206 Plattform gibt es in anderen europäischen Staaten in der ein oder anderen Ausprä-
207 gung auch. Aber wir Deutschen haben es im Detail von den Niederlanden abge-
208 schaut:

209

210 *Martin Hetterich:*

211 *Solche Tools haben schon eine längere Tradition, zum Beispiel in den Niederlan-*
212 *den. Da wird der StemWijzer schon seit Ende der 80er Jahre betrieben und als*
213 *der StemWijzer dann Anfang der Nullerjahre den Sprung ins Internet geschafft*
214 *hat, ich glaube, das war früher in den Zeitungen abgedruckt, da haben wir in*
215 *Deutschland uns das angeschaut und haben das übernommen und haben seit-*
216 *dem auch eine enge Zusammenarbeit mit den niederländischen Kolleginnen und*
217 *Kollegen und haben zusammen auch ein großes Netzwerk gesponnen in ganz*
218 *Europa und darüber hinaus. Wir hatten zum Beispiel bei der letzten Europawahl*
219 *ein gemeinsames Tool am Start mit gemeinsamen Kernthesen, das fast in der*
220 *ganzen Europäischen Union auch mit Partnern betrieben wurde.*

221

222 Aber Erfolgsprodukt bleibt Erfolgsprodukt. Seit 2002 gibt es das Projekt in Deutsch-
223 land und mit jedem Wahl-O-Maten stiegen die Nutzerzahlen. 2017 bei der letzten
224 Bundestagswahl wurde der Wahl-O-Mat 15,7 Millionen Mal genutzt. Wir erinnern uns:
225 Der Wahl-O-Mat ist eigentlich ein Angebot für Erst- und Jungwähler aber:

226

227 *Martin Hetterich:*

228 *Mit der Zeit ist der Wahl-O-Mat - bei 15,7 Millionen geht das gar nicht anders -*
229 *natürlich nicht nur ein Angebot für junge Menschen, sondern ist auch in den Al-*
230 *tersgruppen so langsam nach oben gerutscht, sodass wir mittlerweile auch in*
231 *den Altersgruppen über 30 und in den bis 40 nahezu die gleiche Abdeckung ha-*
232 *ben wie in der jüngsten Altersgruppe.*

233

234 *Und ich schätze mal, dass auch die Altersgruppe 40, 50, 60 bei den nächsten*
235 *Wahlen da langsam aufschließen wird. Also es ist mittlerweile ein Angebot, das*
236 *von allen Bevölkerungsschichten, von allen Altersklassen eigentlich fast gleich-*
237 *mäßig genutzt wird.*

238

239 [Zeit: 12:53]

240

241 Bestandsaufnahme: Der Wahl-O-Mat ist eine Plattform und ein politisches Bildungs-
242 angebot, das in Deutschland vor jeglichen Wahlen genutzt wird. 2017 hatte Deutsch-
243 land eine Wahlbeteiligung von 76,2 Prozent. Das bedeutet, dass rund 47 Millionen
244 Menschen ihre Stimme abgegeben haben. 15,7 Millionen Menschen haben im Vorfeld
245 der Wahl den Wahl-O-Maten geklickt.

246

247 Gut, man kann diese 15,7 Millionen Nutzer nicht einfach auf die Wahlbeteiligung um-
248 legen, aber es lässt die Relevanz des Wahl-O-Maten deutlich werden.

249

250 Doch wofür wird der Wahl-O-Mat denn am meisten genutzt? Ändern die Menschen
251 nach der Nutzung ihre Meinung?

252

253 *Martin Hetterich:*

254 *Aktuell ist der Hauptgrund für die Nutzung, einfach die eigene Position zu über-*
255 *prüfen. Also wir wissen von ungefähr 93 Prozent der Nutzerinnen und Nutzer,*
256 *dass sie schon eine eigene gefestigte Position haben, wenn Sie denn den Wahl-*
257 *O-Mat benutzen. Und wir wissen auch, dass von diesen 93 Prozent wiederum*
258 *so 94, 95 Prozent - das ist in letzter Zeit sogar steigend - genau oder ungefähr*
259 *da rauskommen, wo sie landen. Das heißt, eine Umorientierung wird bei den*
260 *wenigsten stattfinden. Die meisten wollen einfach gucken: Ist das wirklich meine*
261 *Position? Ist die richtig? Ist das Gefühl, dass ich für eine Partei habe, stimmt das*
262 *oder täusche ich mich da völlig? Und die meisten täuschen sich einfach nicht*
263 *vollständig, sondern bekommen dann durch den Wahl-O-Mat das Ganze noch-*
264 *mal strukturiert aufgearbeitet, sehen vielleicht auch, welche Parteien sonst so*
265 *noch nahestehen, die sie gar nicht so zu 100 Prozent auf dem Schirm hatten,*
266 *und welche Parteien überhaupt antreten.*

267 *Die meisten Nutzer spielen das Tool auch, um zu gucken: Was sind die Themen*
268 *der Wahl? Und wie positioniere ich mich dann dazu?*

269

270 Und das ist es, was den Wahl-O-Maten so beliebt macht. Bei allen Landtags- und
271 Bundestagswahlen hilft einem der Wahl-O-Mat seit 2002 den Überblick über die
272 Themen des Wahlkampfes zu behalten und sich selber zu hinterfragen. Mit fünf
273 Landtagswahlen, den zwei Kommunalwahlen, der Abgeordnetenhauswahl in Berlin
274 und der Bundestagswahl hat die Redaktion des Wahl-O-Maten auch ein ziemlich ar-
275 beitsreiches Jahr 2021. Aber auch wir sind an dieser Stelle noch nicht am Ende die-
276 ser Folge angelangt.

277

278 *[Zeit: 15:12]*

279

280 Bleiben wir im Internet: Dort gibt es nicht nur konstruktive Angebote für angehende
281 Wählerinnen und Wähler, sondern auch Fake News und gezielte Desinformations-
282 kampagnen. Spätestens seit den US-Wahlen 2020 ist eines deutlich geworden: Das
283 Internet ist eine unbestimmte Größe, wenn es um Wahlen geht. Denn hier tummeln
284 sich Meinungen, die in seriösen Nachrichten und den sogenannten Mainstream-
285 Medien nicht stattfinden.

286

287 Ein anschauliches Beispiel dafür, dass es auch in Europa schon in den letzten Jahren
288 koordinierte Desinformationskampagnen gegeben hat, ist die Parlamentswahl in
289 Schweden 2018:

290

291

Jakob Guhl:

292

*Was wir in Schweden beispielsweise gesehen haben ist, dass es von internatio-
293 nalen rechtsextremen Akteuren, zum Teil gar nicht mal unbedingt aus Schweden
294 selber, aber auch beispielsweise von russischen Staatsmedien großangelegte
295 Desinformationskampagnen dazu gab, die versucht haben, Schweden als ein
296 Land zu präsentieren, das aufgrund des hohen Zuzugs an Geflüchteten quasi
297 völlig kollabiert und quasi Schweden als so eine Art perfektes Beispiel zu prä-
298 sentieren, weshalb man keine liberale Politik unterstützen sollte, weshalb man
299 gegenüber Einwanderung skeptisch sein sollte. Also im Grunde versucht, die ei-
300 genen Interessen zu rechtfertigen mit Bezug auf die vermeintlich katastrophale
301 Lage in Schweden.*

302

303 Das ist Jakob Guhl, er ist Politologe und Extremismusforscher am Institute für Stra-
304 tegic Dialogue in London. Er beobachtet diese Entwicklungen in mehreren Ländern
305 seit Jahren und untersucht sie. Das ISD erforscht Extremismus, Hass und Polarisie-
306 rung und bezeichnet sich selber aber nicht nur als Think sondern auch als DO Tank.

307

308

Jakob Guhl:

309

eine Forschungsorganisation, die auch etwas macht. Das umfasst dann bei-

310

spielsweise Bildungsprojekte oder die Förderung des Austauschs zwischen Städ-

311

ten und Zivilgesellschaft. Zudem beraten wir Regierungen, wie Städte und inter-

312

nationale Organisationen in Bezug auf Extremismusprävention, die Bekämpfung

313

von Desinformationen und auch Fragen der Digitalpolitik.

314

315 [Zeit: 17:21]

316

317 Das Wort Desinformationskampagne beinhaltet ziemlich viel. Eine wirksame Desin-
318 formationskampagne zeichnet sich für Jakob Guhl vor allem durch zwei Aspekte aus:

319

320 Erstens: Das Fluten von Kommentarspalten:

321

322

Jakob Guhl:

323

Das haben eben sowohl ... diese nichtstaatlichen extremistischen Akteure ma-

324

chen das gerne, dass sie bei emotionalen und umstrittenen Themen in die Kom-

325

mentarspalten gehen und eben dadurch, dass sie ganz viel in eine bestimmte

326

Richtung kommentieren, dass sie damit den Eindruck erwecken, dass hier quasi

327

ein großer organischer Widerstand gegen bestimmte Positionen in Bezug häufig

328

auf Islam und Flüchtlingspolitik und Gender-Themen, Einwanderung und was es

329

noch alles gibt, und da eben tatsächlich die Kommentarspalten koordiniert flu-

330

ten.

331

332 Zweitens: Das Zermürben politischer Gegner:

333

334

Jakob Guhl:

335

Da geht es gar nicht ausschließlich um Desinformation, aber es ist auch etwas

336

sehr, sehr Wichtiges. In diesem Bereich der politischen Online-Auseinander-

337

setzung sind natürlich auch wirklich Troll-Angriffe und Beleidigungen und Hate

338 *Speech gegenüber politischen Gegnern, die dadurch eben wirklich zermürbt wer-*
339 *den sollen und die durch diese immer wieder kommenden Angriffe auch dazu*
340 *bewegt werden sollen, sich quasi aus dem Online-Raum, aus dem öffentlichen*
341 *Diskurs im Internet zurückzuziehen, wodurch da eben die Leute, die solche Sa-*
342 *chen organisieren, einen größeren Raum dort einnehmen können und ihre Posi-*
343 *tionen besser verbreiten können.*

344

345 [Zeit: 18:45]

346

347 Es geht bei Desinformationskampagnen darum, für bestimmte, meist kontroverse
348 Themen eine große Reichweite zu generieren und damit zu suggerieren: „Das ist die
349 Wahrheit.“ oder „Wir sind die Mehrheit.“. So auch bei der letzten Bundestagswahl
350 2017. Während des damaligen TV-Duells der Kanzlerkandidat*innen schafften es
351 zwei Hashtags kurzzeitig, die Online-Diskussion zu dominieren: #nichtmeinekanzlerin
352 und #reconquistagermanica:

353

354 *suggestieren:*

355 *Das Verb suggestieren beschreibt hier, dass unterschwellig ein Eindruck von et-*
356 *was entstehen soll. Bei diesem Beispiel lassen Desinformationskampagnen durch*
357 *das Generieren einer großen Reichweite den Eindruck entstehen, dass diese Mei-*
358 *nung von sehr vielen Menschen geteilt wird.*

359

360 *Jakob Guhl:*

361 *Die Reconquista Germanica war eine rechtsextreme Troll-Gruppe, die sich auf*
362 *Discord - also eine App, die eigentlich zum Videospielen oder zur Absprache*
363 *während dem Videospielen entwickelt wurde - sich zusammengetan hatten. Die*
364 *hatten dann einen Kanal mit mehreren tausend Mitgliedern und dort haben sie*
365 *sich tatsächlich koordiniert und abgesprochen, wie sie quasi versuchen möchten,*
366 *online den Wahlkampf zugunsten der AfD zu beeinflussen, und da haben sie*
367 *eben unter anderem auch während des TV-Duells zwischen Schulz und Merkel*
368 *versucht, bestimmte Hashtags koordiniert zu pushen.*

369

370 In die Medien schaffte es die Gruppe hinter Reconquista Germanica, weil vermutet
371 wurde, dass sie von russischen Bots unterstützt wurde.

372

373 *Jakob Guhl:*
374 *Während den Kampagnen, die sie dann damals gemacht hatten, gab es quasi*
375 *selber in diesen Kanälen dann auch noch Diskussionen darüber, wo sie darüber*
376 *gesprochen haben, dass bei bestimmten Aktionen sie selber das Gefühl hatten,*
377 *dass sie da auch noch von russischen Bots unterstützt wurden. Hundertprozen-*
378 *tig sicher werden die sich da auch nicht gewesen sein, aber es ist einfach ein*
379 *Eindruck, den sie damals hatten. Also hier, wir haben versucht beispielsweise*
380 *#nichtmeineKanzlerin zu pushen und plötzlich wurde das von lauter uns unbe-*
381 *kannten Accounts retweetet in einer wahnsinnig großen Geschwindigkeit.*
382

383 Und nicht nur in diesem Fall ist es nicht so einfach nachzuvollziehen, wer hinter Des-
384 informationskampagnen steckt, denn durch das Internet und die sozialen Medien ist
385 es deutlich einfacher, ohne großen Aufwand politisch aktiv zu werden. Botschaften
386 lassen sich schnell und wirkungsvoll verbreiten.

387
388 *Jakob Guhl:*
389 *Und daher sind es eben nicht nur Akteure, also jetzt wie autoritäre Staaten, also*
390 *beispielsweise China, Russland und Iran, die dazu die Kapazitäten haben oder*
391 *politische Parteien, sondern es sind eben auch hochmotivierte nichtstaatliche*
392 *Akteure. Also die können entweder kommerzielle Hintergründe haben oder eben*
393 *tatsächlich ideologische Gruppierungen sein. Also besonders bei extremistischen*
394 *Gruppen haben wir eben gesehen, dass diese online versuchen, einen Einfluss*
395 *auszuüben, der weit über den offline oder den analogen Einfluss dieser eigentlich*
396 *ja relativ kleinen Gruppen hinausgeht. Sowohl in den USA als auch in Deutsch-*
397 *land als auch in der EU gibt es immer Überschneidungen. Es sind häufig eben*
398 *tatsächlich extremistische Akteure, die eine große Rolle spielen. Es gibt häufig*
399 *viele Verschwörungstheoretiker.*
400

401 Gerade bei der letzten US-Wahl rückten immer mehr Verschwörungstheoretiker in
402 den Fokus der Medien. Die derzeit prominenteste ist QAnon. Im Kern geht ihre Ideo-
403 logie davon aus, dass es eine Elite internationaler Pädophiler gibt, die Kinder entfüh-
404 ren und aus deren Blut eine Verjüngungsdroge herstellen. Der Heilsbringer in diesem
405 Szenario ist Donald Trump, der diese Untaten aufdecken soll ...

406
407

408 *Jakob Guhl:*
409 *Aber das hat sich auch international sehr stark verbreitet. Also es gibt in*
410 *Deutschland Gruppen und Kanäle von QAnon, die dann häufig quasi eine spezi-*
411 *fisch deutsche Brille da draufsetzen. Also sie sind auch an Trump interessiert,*
412 *aber sie haben dann beispielsweise am Anfang 2020, als es ein NATO-Manöver*
413 *geben sollte, haben sie das dann - eben die Anhänger von QAnon -, das auf*
414 *Deutschland bezogen und haben gesagt, hier versucht jetzt eigentlich Donald*
415 *Trump im Rahmen dieses NATO-Manövers Deutschland vom Merkel-Regime zu*
416 *befreien. Also da haben sie dann quasi bestimmte Inhalte, die innerhalb dieser*
417 *Verschwörungstheorie-Communities und innerhalb rechtsextremer Akteure onli-*
418 *ne populär sind - also der Widerstand gegen das Merkel-Regime -, haben sie*
419 *dann verknüpft quasi mit dieser QAnon Verschwörungstheorie, die sich eigent-*
420 *lich auf die USA bezieht. Und das ist quasi dann so ein spezifisch deutscher*
421 *Twist oder eine spezifisch deutsche Interpretation einer eigentlich USA-*
422 *fokussierten Verschwörungstheorie. Und solche Sachen sieht man eben online*
423 *immer sehr häufig.*

424

425 *[Zeit: 23:25]*

426

427 Eine typisch deutsche Verschwörungstheorie ist übrigens eine von der sogenannten
428 Reichsbürgerbewegung, die im groben davon ausgeht, dass Deutschland kein souve-
429 rärer Staat sei. Deshalb behaupten sie, Deutschland sei nach wie vor durch die Sie-
430 germächte des zweiten Weltkriegs besetzt. Doch auch wenn man solche Theorien
431 schnell abtun möchte, sieht der Experte Jakob Guhl eine reelle Bedrohung in Desin-
432 formationskampagnen – auch für den deutschen Wahlkampf.

433

434 *Jakob Guhl:*

435 *Das ist ein Ja. Also ich glaube, es gibt jetzt keine Gesellschaft, die davor völlig*
436 *gefeit ist. Also Angela Merkel wird sehr häufig ausgelacht für die Behauptung,*
437 *dass das Internet für uns alle Neuland sei, aber ganz unrecht hatte sie damit*
438 *nicht.*

439

440

441

442

443 *gefeit:*
444 *Vor etwas gefeit sein, bedeutet, dass man vor etwas geschützt beziehungsweise*
445 *von etwas verschont wird. Hier will Jakob Guhl darauf hinaus, dass es keine*
446 *Gesellschaft gibt, die vor Desinformationskampagnen völlig geschützt ist.*

447
448 *Jakob Guhl:*
449 *Ich glaube, es ist sowohl in Bezug auf die Regulierung der sozialen Medien zum*
450 *Teil wirklich noch ein wenig wie im Wilden Westen. Auch wenn es bereits Ansät-*
451 *ze gibt in Bezug auf die Medienkompetenzen der Bevölkerung, glaube ich, sind*
452 *wir wirklich noch in den Kinderschuhen in Bezug auf die Einschätzung von In-*
453 *formationen in den sozialen Medien.*

454
455 *Und deswegen glaube ich durchaus, dass es eine gewisse Verwundbarkeit für*
456 *Falschinformationen gibt und dass es auch wahnsinnig schwierig ist für uns alle*
457 *einzuschätzen. Also wenn jetzt etwas irgendwie 1.000 Views hat oder eine Milli-*
458 *on Views oder 20.000 Likes, also ist das viel? Was sagt das aus? Also was re-*
459 *präsentiert das genau?*

460
461 *Allerdings gibt es Schrauben, an denen eine Gesellschaft drehen kann, um wider-*
462 *standsfähiger gegen Falschmeldungen und Desinformationskampagnen zu werden.*
463 *Eine der größten Stellschrauben ist für Jakob Guhl die Bildung. Anders als in Amerika*
464 *ist hier das Vertrauen in seriöse Nachrichtendienste noch vergleichsweise hoch.*
465 *Trotzdem gibt es nicht genügend Angebote, die einen systematischen Umgang mit*
466 *Informationen beibringen. Andere EU-Mitgliedsstaaten sind da schon weiter:*

467
468 *Jakob Guhl:*
469 *In Finnland beispielsweise wird tatsächlich der Umgang mit Desinformation rich-*
470 *tig in der Schule gelehrt und das ist ja in Bezug auf junge Menschen. Aber es*
471 *geht ja auch nicht nur um junge Menschen, also auch in Bezug auf beispielswei-*
472 *se Erwachsenenbildung glaub ich, lässt sich noch einiges machen oder ließe sich*
473 *noch einiges machen, um hier quasi die Skepsis von Personen gegenüber Desin-*
474 *formationen und gegenüber Informationen, die auf sozialen Medienplattformen*
475 *von nicht seriösen Quellen verbreitet werden, noch mehr zu stärken und quasi*
476 *die Medienkompetenzen so noch weiter zu stärken, damit die Konsumenten von*

477 *Inhalten online noch besser einschätzen können, was ist glaubwürdig, was ist es*
478 *nicht. Wo sollte man lieber nochmal nachgucken.*

479

480 [Zeit: 26:16]

481

482 Am Ende dieser Folge steht vor allem eine Erkenntnis: Wahlentscheidungen sind ein
483 Prozess und dieser kann und wird beeinflusst.

484

485 Die Internetplattform Wahl-o-Mat gibt den Nutzerinnen und Nutzern Klarheit über
486 die Position der einzelnen Parteien und bietet die Möglichkeit, die eigenen Überzeu-
487 gungen mit denen der Parteien zu vergleichen.

488

489 Die eigenen Überzeugungen stehen im Internet aber auch unter Beschuss. Gut durch-
490 geführte Desinformationskampagnen unterlaufen die Meinungsbildung von Wähle-
491 rinnen und Wählern und haben gerade in den USA gezeigt, wie wirksam sie sein
492 können.

493

494 Ich hoffe, dass Ihnen der etwas andere Ansatz, über die Frage: „Wie entscheiden sich
495 die Deutschen?“ nachzudenken, gefallen hat und Sie sich auch für unsere nächste
496 Folge entscheiden.

497

498 Ich bin Linda Achtermann und jetzt sind Sie gefragt. Ein Arbeits- und Lösungsblatt zu
499 dieser Folge gibt es wie immer unter www.goethe.de/kurzundbuendig. Bis zum
500 nächsten Mal - Tschüss!

** Das Skript basiert auf dem gesprochenen Wort und kann deshalb sprachliche Fehler aufweisen.*