Datum: 28. Mai 2024

Sandra Schulz im Gespräch mit Lutz Güllner, Abteilung Strategische Kommunikation Europäischer Auswärtiger Dienst

Sandra Schulz: Einflussnahme, Manipulationen, Falschmeldungen, gezielt gestreut aus dem Ausland, mit dem Absender zum Beispiel Russland oder China, mit dem Ziel, Europa, die europäische Gesellschaft zu destabilisieren. Vor solchen Desinformationskampagnen gab es zuletzt eine ganze Menge Warnungen. Der EU-Außenbeauftragte Josep Borrell zum Beispiel nennt sie „die größte Sicherheitsbedrohung unserer Zeit“ und EU-Kommissionspräsidentin Ursula von der Leyen warnte Mitte Mai davor, dass „unsere Demokratien von den Handlangern der Autoritären gekapert würden“.

Die Frage, wie groß die Bedrohung aktuell ist, rund zwei Wochen vor der Europawahl, wenige Monate auch vor wichtigen Landtagswahlen in Deutschland, die wollen wir in den kommenden Minuten vertiefen. Am Telefon ist Lutz Güllner. Beim Europäischen Auswärtigen Dienst leitet er die Abteilung Strategische Kommunikation, ist einer der europäischen Fachleute, die sich mit Desinformationskampagnen autoritärer Staaten beschäftigen. Schönen guten Morgen.

Lutz Güllner: Guten Morgen, Frau Schulz!

Schulz: Über welche Dimensionen von Desinformationen oder Desinformationskampagnen sprechen wir aktuell?

Güllner: Wir müssen uns immer vor Augen halten, es geht nicht nur um falsche Inhalte, sondern was uns ganz besonders besorgt sind eigentlich, dass systematisch Netzwerke aufgebaut werden, Netzwerke, die inauthentisch sind, das heißt manchmal gar keine echten Menschen, das heißt Bots oder andere Mittel, die eingesetzt werden, und die haben doch eine gewisse Reichweite mittlerweile erreicht, die man doch sehr ernstnehmen sollte. Das heißt, wir können das quantitativ nicht gut messen, aber wir sehen doch, wie diese Kampagnen sich immer weiterentwickeln, wie sie qualitativ auch immer professioneller werden, wie man immer wieder neue Mittel

auch benutzt, technische Mittel zum Beispiel. Das sollte man nicht zu kleinhalten, dieses Thema.

Schulz: Sie und Ihr Team betreiben eine Website, euvsdisinfo.eu. Sie haben zehntausende Fälle dokumentiert. Können Sie vielleicht einen schildern, von dem Sie sagen würden, das ist absolut typisch?

Güllner: Wir sind ja auch nicht die einzige Organisation oder die einzige Struktur, die das macht, und man muss sich das Gesamtbild angucken. Sehr wichtig ist, genau immer wieder das Bewusstsein dafür zu schärfen, um zu zeigen, wie laufen solche Kampagnen. Eine, die ich ganz besonders herausstellen möchte, ist eine, die relativ bekannt ist. Die trägt den deutschen Namen Doppelgänger. Warum? – Weil es nicht nur um die Verbreitung von Inhalten geht, die irreführend sind oder verdrehen oder täuschen wollen, sondern wo man auch ganz klar technische Mittel benutzt hat, in diesem Falle das Klonen von Webseiten, und zwar Webseiten von Medien mit guter Reputation wie der Guardian oder Le Monde oder der Spiegel. Dann hat man diese Webseiten geklont, fast unmöglich für das Laienauge, den Unterschied zu erkennen, hat aber dann die Inhalte darauf verändert und hat so unglaubliche Reichweiten bekommen, um dann die entsprechenden Inhalte zu verteilen. Das sind diese neuen Kampagnen und deswegen bin ich immer ein bisschen vorsichtig mit dem Wort Desinformation. Das klingt immer so, als ob man Gut und Böse, Schwarz und Weiß hat, und möchte eher das Wort Desinformationsmanipulation verwenden, weil es genau um das geht, das Aufbauen von Netzwerken, Täuschungstechniken, die angewendet werden. Das ist ein Trend, den wir schon über Jahre beobachten.

Schulz: Sie sagen gerade über diese Doppelgänger-Kampagne, das ist für Laien fast nicht auseinanderzuhalten. Welche Chance habe ich als Userin, zu dem vielleicht einen Prozent zu gehören, was das doch bemerkt und dahinter kommt?

Güllner: Es gibt drei Dinge, die man tun kann. Das erste ist, ganz grundsätzlich, ich sage, nicht generell misstrauisch zu sein, aber einfach Quellen zu hinterfragen. Mittlerweile ist das insbesondere auf Sozialmedien, dass man ganz direkt angesprochen wird, ganz direkt Informationen bekommt von Quellen, die man gar nicht kennt, und ich glaube, da sollte man grundsätzlich erst mal die Frage stellen, warum bekomme ich das eigentlich, wer schickt mir so was eigentlich, wo kommt das her, wo kommt

die Information her, und dann auch gerne mal ein bisschen klicken und sich einfach mal ansehen, wie der Verbreitungsweg von dieser Information ist.

Das zweite ist, dass es mittlerweile viele professionelle Webseiten gibt, die man ansprechen kann, Fact Checking Organisationen, zivilgesellschaftliche Initiativen, wo man so was einfach mal hinschicken kann und sagen kann, wo kommt das her, ist das vielleicht schon mal woanders aufgefallen.

Das dritte ist, man kann sogar selber ein bisschen recherchieren. Da braucht man ein bisschen Zeit. Man kann Bilder überprüfen, ob sie wirklich echt sind, ob sie authentisch sind. Man kann vieles nachverfolgen auch als Bürgerin oder Bürger.

Schulz: Das mache ich aber standardmäßig nicht, wenn ich zum Beispiel in einem Social Medium dem Spiegel folge. Dann frage ich mich ja nicht, warum habe ich jetzt den Spiegel in der Timeline.

Güllner: Ja, das ist genau darum, dass diese Doppelgänger-Kampagnen – und es gibt ja noch andere - so perfide sind, weil es nicht nur um das Thema Desinformation im Falle von falschen oder irreführenden Inhalten geht, sondern weil sie technisch auch so ausgeklügelt sind, weil sie nicht nur irreführen, was den Inhalt anbetrifft, sondern auch, wer eigentlich dahinter steckt. Das sollte man sich vor Augen halten und das ist auch wichtig in der Art und Weise, wie wir mit dem Thema umgehen. Wir kennen ja alle aus unseren Diskussionen mit Freunden, mit Familie oder am Arbeitsplatz, dass es da unterschiedliche Ideen oder Meinungen gibt, wie man mit dem Thema Desinformation umgehen kann.

Eine Sache ist aber relativ objektiv. Wenn jemand technische Mittel einsetzt, Bots, falsche Netzwerke, falsche Identitäten, Dinge, um sie schneller zirkulieren zu lassen und zu verstärken, dann haben wir doch eine relativ objektive Möglichkeit, das Thema Desinformation anzugehen, und das sollten wir so auch machen.

Schulz: Die Frage, die Sie gerade schon in einem Nebensatz hatten: Wo kommt das her? Das ist eine ganz zentrale Frage. Was können Sie zu den Urheberschaften ermitteln?

Güllner: Das ist auch hier etwas, was nicht nur ein Akteur ist oder nicht nur eine Quelle. Das sind sehr unterschiedliche. Wir haben es im innenpolitischen Bereich,

wir haben es im wirtschaftlichen Bereich. Man darf nicht vergessen, dass sehr viel der Desinformation wirtschaftlich und ökonomisch motiviert ist. Aber wir haben auch externe Akteure, externe staatliche Akteure. Sie haben in der Anmoderation schon Russland insbesondere erwähnt. China könnte man auch hier erwähnen, sicherlich auch andere. Wir sehen aber insbesondere jetzt vor den Wahlen, dass russische Akteure – und ich möchte nicht das ganze Land in Anspruch nehmen oder in Angriff nehmen, sondern immer diese Zirkel, die das machen. Wir nennen es das Desinformations-Ökosystem. Da sind russische Akteure die aktivsten, im Übrigen auch gar nicht so verschleiert. Nur um noch mal ein konkretes Beispiel zu geben: Auf der Website der russischen Botschaft in Brüssel bei der EU ist gerade ein Artikel erschienen, ganz hoch offiziell, der auch ganz stark verteilt wird und unterstützt wird, wo ungeniert gesagt wird, dass die Wahlen in der EU absolut sinnlos sind. Da bringt man die EU mit anderen Konspirationstheorien wie der sogenannten Big Reset Theorie in Verbindung. Da sieht man, dass da auch ganz klar staatliche Akteure dahinter stehen.

Schulz: Was ist da über die Zahlungsquellen bekannt? Sie benennen gerade ganz klar staatliche Systeme oder staatliche Akteure. Vielleicht können Sie das noch mal aufschlüsseln. Sie sprechen, glaube ich, gerade von Ökosystemen. Wer gibt da das Geld rein?

Güllner: Wir haben kein Dokument, wo wir das alles genau nachverfolgen können, weil das alles versteckt gemacht wird und alles sehr obskur ist. Aber wir sehen in der Art und Weise, wie diese Netzwerke aufgebaut sind, wie sie verbunden sind, und oftmals, wie sie mit russischen entweder Staatsmedien oder mit Medien, die mit diesen Staatsmedien in Verbindung stehen, verbunden sind. Denken Sie mal an das Imperium damals noch von Herrn Prigoschin. Da sehen wir doch, dass da ganz deutlich eine Verbindung zur staatlichen Finanzierung besteht. Darüber hinaus müssen wir davon ausgehen, dass andere Gelder fließen. Da habe ich allerdings mit meiner Arbeit oder unseren Instrumenten jetzt nicht direkt den Einblick.

Schulz: Jetzt hat Ursula von der Leyen angekündigt, für den Fall einer zweiten Amtszeit, einer zweiten Periode als EU-Kommissionspräsidentin würde sie den Kampf gegen Desinformation ausweiten. Welche Werkzeuge funktionieren dagegen?

Güllner: Wir haben eigentlich vier Werkzeuge. Das eine ist erst mal das ganze Instrumentarium, das wir überhaupt erst mal brauchen, um die Dinge aufzudecken, weil sie sehr versteckt geführt werden, weil sie sehr technisch geführt werden, und das ist im Übrigen auch etwas, was nicht nur staatliche Behörden machen sollten, sondern wo gerade die Zusammenarbeit zwischen zivilgesellschaftlichen Akteuren gerade im Forschungsbereich so unglaublich wichtig ist. Da gibt es auch ganz tolle Initiativen bereits.

Der zweite Bereich ist wahrscheinlich das Allerwichtigste. Das ist die gesellschaftliche Resilienz, die Widerstandsfähigkeit, und hier geht es auch darum, gesellschaftliche Strukturen zu unterstützen, gesellschaftspolitische Initiativen wie Fact Checking Initiativen, Bildungsinitiativen.

Der dritte Punkt und wahrscheinlich das, was den meisten Hörerinnen und Hörern jetzt vorschwebt, ist auch Regulierung. Da haben wir gute Instrumente auf europäischer Ebene. Wir haben gerade ein Gesetz über digitale Dienstleistungen verabschiedet, das im Übrigen nicht den Inhalt reguliert, sondern das Risiko, das dahinter steckt.

Als letztes noch unser außenpolitisches Instrumentarium. Das sind Partnerschaften oder auch scharfe Schwerter wie beispielsweise Sanktionen, wenn wir sie denn brauchen.

Äußerungen unserer Gesprächspartner geben deren eigene Auffassungen wieder. Der Deutschlandfunk macht sich Äußerungen seiner Gesprächspartner in Interviews und Diskussionen nicht zu eigen.