



Dienstag, 07. November 2023, 15:00 Uhr  
~21 Minuten Lesezeit

# Der Fake-Journalismus

Ein französischer Journalist schrieb für eine ominöse Agentur Fake-Artikel im Dienste der Lobbys, die von verschiedensten Medien unter falschen Namen veröffentlicht wurden.

von Manovas Weltredaktion  
Foto: zef art/Shutterstock.com

*Letztes Jahr sorgte in Frankreich ein Artikel für Aufsehen. Alles begann mit einem Anruf. Die Mitarbeiter der französischen Zeitung Fakir des Journalisten und Abgeordneten François Ruffin hatten Julien in der Leitung, einen befreundeten Journalisten, der sich in der Kommunikationsbranche etwas dazuverdient, um seine Rechnungen zu bezahlen. „Man hat mir einen Artikel in Auftrag gegeben, um Ruffin zu verunglimpfen. Ich mag Ruffin ... Was soll ich antworten?“ Fake-Artikel, Medien als Komplizen, Destabilisierung, große Konzerne mit Geld wie Heu ... Julien erzählt von dem geheimen Geschäft der*

„Phantomagenturen“.

**von Julien Fomenta Rosat**

Von: Alice

Betreff: Bestellung Woche 16012017

Hallo, ich habe einen Artikel, den ich für die nächste Woche bei dir bestellen möchte, 60 Euro, sag mir, ob das für dich in Ordnung ist. Ein Artikel über den NATO-Beitritt Montenegros, der immer mehr Polemik auslöst. Der Artikel sollte neutral und journalistisch sein und gleichzeitig entwickeln, dass Montenegro zu korrupt und Opfer zu vieler Verbrechen ist, um der NATO beizutreten. Russland darf nicht erwähnt werden.

So, vielen Dank noch einmal!

Alice

Diese Art von E-Mails mit einem professionellen und freundschaftlichen Tonfall erhielt ich mehrmals pro Woche.

Im Laufe der Zeit wurde es zur Gewohnheit. Ich machte mich mit dem Thema vertraut, versetzte mich in den Kopf des Kunden und bemühte mich, der Argumentation den Anschein eines echten Artikels zu geben. Mit der Zeit kostete mich das immer weniger Mühe. In zwei oder drei Stunden war alles erledigt. Manchmal erappte ich mich dabei, wie ich einen Artikel hinschmierte, ohne mich konzentrieren zu müssen, im Autopilot-Modus. Ein Roboter.

Schon am nächsten Tag, wenn nicht sogar ein paar Stunden später, erhielt ich einen neuen Auftrag von der Agentur, um das Know-how

von EDF in Sachen Kernenergie anzupreisen, den unlauteren Wettbewerb von Airbnb gegenüber den Hoteliers anzuprangern oder die Laschheit Frankreichs gegenüber einem Gegner des kasachischen Präsidenten hervorzuheben.

Egal, worum es ging: Meine Feder war ebenso produktiv wie geländegängig geworden. In den sechs Jahren, in denen ich mit der „Agentur“ zusammenarbeitete, habe ich 595 Artikel verfasst.

Fünfhundertfünfundneunzig. Fast zwei pro Woche, einschließlich der Ferien. Zu allen möglichen Themen, manchmal sogar zu Themen, von denen ich nichts wusste: Energie, internationale Politik, neue Technologien, Gesundheit, Wirtschaft – und so weiter und so fort.

Das war natürlich kein Journalismus. Aber abgesehen von einem kurzen Hochstapler-Syndrom hatte ich keine Gewissenskonflikte: Solange man von mir nicht verlangte, jemandem direkt zu schaden oder einen berüchtigten Verbrecher zu verherrlichen ... Irgendwie musste ich ja meine Brötchen verdienen. Wenn ich es nicht tat, würde es außerdem jemand anderes tun.

***Wie ist es so weit gekommen? Dass ich mit über dreißig Jahren nun Fake-Artikel schreibe, um anderen das Ego zu streicheln oder den Interessen der Reichen und Mächtigen zu dienen? Das war eindeutig nicht mein Plan, als ich von der Journalistenschule abging .***

Alles beginnt 2015, als ich mich nach mehreren Jahren als Angestellter als freier Journalist selbstständig mache. Wir sind ein junges Paar, das gerade zusammengezogen ist, haben Babypläne ... Aber nur vom Journalismus zu leben ist kompliziert, während in der Kommunikationsbranche das Geld in Strömen fließt.

Um meine mageren Honorare aufzubessern, nehme ich also einige

Aufträge in der Kommunikationsbranche an: Ich arbeite für Unternehmen, Institutionen ... Eines Tages erhalte ich eine Nachricht auf dem Anzeigenportal Jemepropose.com. Das ist die Art von Website, die man eher aufsucht, um eine Putzfrau, einen Englischlehrer oder einen Gärtner zu finden.

*„Unsere Agentur sucht einen freiberuflichen Redakteur, der journalistische Artikel zu verschiedenen Themen schreiben kann: Wirtschaft, Politik, Energie et cetera. Kann ich Sie im Laufe des Tages anrufen?“*

Das ist von einem gewissen „Damien Escande von der Public Relations Agency“ unterzeichnet. Ja, ich brauche Arbeit! Am Telefon erklärt er mir zumindest vage, was er von mir erwartet. Ich weiß nicht, warum, aber ich bin skeptisch.

Er schlägt mir einen Test vor: Ich erhalte per E-Mail einen kurzen Überblick und mehrere Links zu Artikeln über das gleiche Thema. Meine Aufgabe ist es, einen Text zu verfassen, der wie ein richtiger Artikel aussieht, mit Titel, Untertitel und Teaser. Als Antwort auf meine etwas hartnäckigen Fragen erklärt er mir, dass der Artikel wahrscheinlich in einem „allgemeinen Medium mit reaktionärer Tendenz, aber nicht zu sehr“ veröffentlicht werden würde. Ach ja? Immerhin ...

Aber wie auch immer, ich bin noch nicht sehr weit ... Das Thema: Die Fehler der thailändischen Junta. Die erste Nachricht: Thailand ist unter der Kontrolle des Militärs!

Nach einem Tag harter Arbeit habe ich eine erste Version erstellt, die ich an meinen Korrespondenten schicke. Er scheint zufrieden zu sein und bestellt bei mir gleich einen weiteren Artikel über die Elektrifizierung in Afrika. Was soll ich sagen? Zwei Drittel des afrikanischen Kontinents sind nicht mit Strom versorgt? Schnell mache ich mich mit dem Thema vertraut, bastele etwas zusammen,

das halbwegs Sinn macht. Ich komme in Fahrt ...

In den nächsten Tagen frage ich mich, wo meine Artikel wohl landen werden. Ich stöbere und halte Ausschau.

Nach einer Woche endlich! Durch die Magie der Google-Keywords entdecke ich den Artikel über die thailändische Junta. Er wurde auf *Contrepoints.org* veröffentlicht, einer „Onlinezeitung, die aus liberaler Sicht über aktuelle Ereignisse berichtet“. Aha. Dieses Medium ist vom Syndicat de la presse indépendante d'information en ligne (französische Gewerkschaft der unabhängigen Onlinepresse) anerkannt.

Aber abgesehen von der geänderten Überschrift und zwei hinzugefügten Sätzen wurde mein Artikel dort wortwörtlich wiedergegeben. Selbst mein geschmacklich fragwürdiger Aufhänger blieb unangetastet:

*„Im Land des Lächelns haben nur noch die Rüstungskonzerne gute Laune.“*

***Ehrlich gesagt fällt es mir schwer, das zu glauben. Ich erwarte, dass der Schwindel schnell aufgedeckt und der Artikel von der Website entfernt wird. Aber das ist nicht der Fall. Und ich bin noch nicht am Ende meiner Überraschungen ...***

Der Artikel – wir reden hier von dem, was ich geschrieben habe! – ist von einem gewissen „Hugo Revon“ unterzeichnet (der also nicht ich bin!), einem „Web-Redakteur“, der „von Bangkok aus arbeitet, wo er seit 2014 sein Gepäck abgestellt hat“.

Um diesen gefälschten Artikel, der in wenigen Stunden zusammengeschustert wurde, glaubwürdig zu machen, lässt man die Leser also glauben, dass der Autor im Land lebt. Und man scheut

sich nicht, noch einen draufzusetzen, um ihm menschlichere Züge zu verleihen: „Als Asienliebhaber plant er, Anfang 2016 nach Taiwan zu ziehen“, schließt die kleine Biografie, die das Foto von Hugo begleitet.



„Der Artikel sollte neutral bleiben und dabei die positiven Aspekte der dunklen Seite der Macht hervorheben.“

Ich recherchiere ein wenig über diesen Redakteur, der meinen Text unterzeichnet. Wer ist er? Existiert er überhaupt? Seltsamerweise finde ich nichts über ihn, was über seine Beiträge auf *Contrepoints* hinausgeht. Auf Google Images wird sein Foto mit den Suchbegriffen „Hair Salon“ (Friseursalon) verlinkt. Es ist wahrscheinlich das eines Mannes, der nur zum Haarschneiden gekommen war ...

Einige Leute bestreiten das jedoch. „Warum lässt *Contrepoints*

immer noch diesen kleinen Rotzlöffel zu Wort kommen, der über ein Land schwadroniert, das ihn beherbergt, ohne etwas von seiner Kultur und seinem Stolz zu verstehen?“, so „P aus Yvelines“, der ein gutes Auge dafür zu haben scheint. Sein Kommentar wird schnell gelöscht. Der Artikel hingegen ist sechs Jahre später immer noch online.

Einige Wochen später „signiert“ Hugo Revon einen weiteren meiner Artikel über die thailändische Junta, ebenfalls auf *Contrepoints*. Und da ich offensichtlich ein internationaler Spezialist für das Thema werde, bestellt die „Public Relations Agency“ gleich darauf einen Beitrag zum selben Thema bei mir. Dieser wird auf dem Blog der *Huffington Post* veröffentlicht, angeblich von Andrei Sorescu, einem „Angestellten einer NGO in Osteuropa“. Auch hier mit einem Foto zur Unterstützung ...

Ich schreibe einen neuen Beitrag: „Thailand: Der besorgniserregende Rückgang der Demokratie“. Er ist auf der Website von *\*L'Expres\*s* zu finden. Und er ist ausnahmsweise von einer realen Person unterzeichnet: Jaran Ditapichai, der führende Anwalt der Rothemden (oppositionelle thailändische Arbeiterbewegung), der seit 2014 in Paris im Exil lebt.

Ich werde nie erfahren, wer die Auftraggeber dieser Artikelserie gegen die Militärjunta sind, aber ich beginne, die von der Agentur angewandten Methoden besser zu verstehen: Ich habe meinen Finger, ja meinen ganzen Arm, in eine Agentur gesteckt, die Lobbyarbeit in alle Richtungen betreibt und die Presse infiltriert.

***Das ist alles so gewaltig, dass ich es kaum glauben kann. So sehr, dass ich darüber lachen muss. Vielleicht aus einem Mangel an Moral, einer Art kaltem Zynismus, aber vor allem aus Angst, kein Geld mehr zu haben ...***

Nach einem Monat schicke ich meine erste Rechnung. Man sagte

mir, ich solle sie auf den geheimnisvollen Namen „MM“ ausstellen, eine Firma mit Sitz in der Rue de Presbourg, Paris XVI. Die erste Überweisung lässt auf sich warten, geht aber schließlich ein.

Ich nehme daraufhin neue Aufträge an. Und schon bald jongliere ich zwischen sehr unterschiedlichen Themen: afrikanische, arabische und eurasische Politik, Debakel der Digitalriesen (Airbnb, Waze), Gesundheit der Großunternehmen (EDF, Air France, LVMH), Vorteile der E-Zigarette, Aufschwung der erneuerbaren Energien, Krieg zwischen den Krankenkassen, Gefahren des Live-Streaming und so weiter.

Meine Artikel werden von Franck Barbier, Clémence Patel, Matthieu Guérin, Nathalie Dauclerc, Cécile Honoré, Daniel Fadiga, Hervé Meurice, Modeste Kante, Jean Baptiste Giraud, Laure Martin, Martin Lévêque oder auch Antoine Vesselovski unterzeichnet.

Ich bin mal Wirtschaftsberater, Experte für Energiegeopolitik, Journalist und Schriftsteller aus Gabun, Beraterin für erneuerbare Energien und alternative Lösungen, ehemalige Krankenschwester in leitender Position und nun Beraterin im Gesundheitswesen, Lehrer für Geschichte und Geografie mit Spezialisierung auf afrikanische Fragen, Beauftragter für versicherungstechnische Studien, Unternehmer und Chefredakteur, Juristin mit Spezialisierung auf Internetrecht, Berater für neue Technologien, internationaler Bilanzprüfer ...

Alle meine Artikel landen auf spezialisierten, alternativen Nachrichtenseiten oder auf den Blogs anerkannter Medien – *Mediapart*, *Huffington Post*, *Les Échos* –, jenen Plattformen, deren Redaktionen den Inhalt an jeden delegieren, der möchte. Wenn ich schon dabei bin, schreibe ich auch Kolumnen, die von Politikern und Wirtschaftsführern unterzeichnet sind.

Ich bemühe mich, die Methode anzuwenden, die in den Briefings



beschrieben wird: eine neutrale Darstellung des Themas, die sich an den aktuellen Ereignissen orientiert, die Interessen des Kunden vertritt und die Spuren mit anderen Beispielen ohne erkennbaren Zusammenhang verwischt. All dies geschieht mit der Mittäterschaft der Medien, die diese verdeckte Propaganda veröffentlichen. Niemand scheint die Täuschung zu bemerken. Das Rezept muss gut sein.

## Zu den immer wiederkehrenden Themen gehört Linky

Der kommunikationsfähige Zähler des Stromanbieters Enedis (ehemals ERDF) ist inzwischen in den meisten französischen Haushalten installiert. Wir schreiben das Jahr 2016, es rumort gegen den kleinen anisgelben Kasten. Tausende Franzosen sind gegen seine Installation, und mehrere Bürgermeister verhängen sogar ein Verbot in ihrer Gemeinde. Sie befürchten eine Überbelastung durch elektromagnetische Wellen, die Nutzung der gesammelten Daten zu kommerziellen Zwecken und die Auswirkungen auf die Stromrechnung.

***Es gilt also, die Protestbewegung im Keim zu ersticken. Und dafür ist die Public Relations Agency die richtige Waffe.***

Man bestellt bei mir Dutzende und Aberdutzende von Artikeln über die zahlreichen Vorteile von Linky, die wissenschaftlichen Arbeiten, die seine Unschädlichkeit belegen, und den Schutz der gesammelten Daten.

In den anschließenden hitzigen Diskussionen geben sogar die Beschuldigten – Annie Lobé und Stéphane Lhomme – ihre Version zum Besten. Durch diese Fake-Artikel und ihre Verbreitung in den

Netzwerken bin ich mitten in den aktuellen Debatten. Ich beruhige mich und mein Gewissen, indem ich mir sage, dass wir nichts Persönliches berühren. Ich sage mir auch, dass das alles nicht von Dauer sein wird. Dass einer der anderen Redakteure – auch wenn wir uns nicht kennen – diese Methoden enthüllen wird. Zu meiner Überraschung passiert nichts.

Zur gleichen Zeit erhalte ich immer mehr Aufträge für Artikel über Glyphosat, den Wirkstoff in Monsanto's Roundup. Das Ziel: die Internationale Agentur für Krebsforschung (IARC, französisch CIRC) zu diskreditieren. Was ist der Grund dafür? Ihre Berichte stufen Glyphosat als „potenziell krebserregend“ ein – auf einer Stufe mit rotem Fleisch, Wurstwaren und heißen Getränken ... Aber das ist immer noch zu viel. Also gehe ich in meinen Titeln in die Vollen.

In meinem Artikel auf *Lejournaléconomique.com* heißt es: „Krebsforschung: Der gefährliche Balanceakt der IARC“. Auf *24heuresactu.com* titelte ich feinsinnig: „Der Zirkus der internationalen Krebsforschung“ (1). Auf *Jolpress.com* bin ich etwas weniger inspiriert: „Die IARC oder die Herrschaft von allem und seinem Gegenteil“.

## **Aber es gibt da ein Problem**

Ich muss nämlich über all das reden. In erster Linie natürlich mit meiner Lebensgefährtin. Meine Lebensgefährtin ist eine überzeugte Umweltschützerin. Natürlich schnautz sie mich an: „Ich verbiete dir, weiter über das Thema zu schreiben!“

Was soll ich ihr erwidern? Die Grenze ist überschritten. Ich habe sie überschritten. Ich bin gefangen im System und habe beim Herunterspülen der Texte das Wesentliche vergessen: die Machtkämpfe, die Zwänge hinter diesen scheinbar harmlosen

Artikeln. Und ihre konkreten kurz- oder langfristigen Auswirkungen auf unser Leben. Ich werde von nun an nicht mehr über die IARC schreiben, trotz wiederholter Aufforderungen der Agentur. Gebt diese Aufträge an andere Redakteure.

## B. ARNAULT A ENCORE "MERCi PATRON!" EN TRAVERS DE LA GORGE



„B. Arnaud steckt noch immer ‚Merci Patron !‘ im Halse fest. — Ach, übertreibt nicht. Das ist nur eine kleine Gräte“ (2).

Dennoch kommt im Laufe der Monate immer wieder das Angebot, mein Honorar zu erhöhen. Ich bin ein guter Produzent von Desinformationen, der perfekte, mit einem Stift verlängerte Arm der Lobbyisten. Ich brauche nicht einmal eine Forderung zu stellen: Von

60 Euro pro Artikel steige ich auf 70, 80 und 90 Euro. Und nach ein paar Jahren schreibe ich nicht mehr für weniger als 110 Euro. Und für technischere Themen, Kolumnen und eilige Texte, ach was, da geht es schon mal bis 200 Euro.

Ich kann über alles schreiben, von überall und zu jeder Zeit, mit einer einfachen Internetverbindung. Ich muss nicht reisen, um ein Interview zu führen, geschweige denn zu recherchieren, und ich muss nicht einmal zum Telefonhörer greifen. Glauben Sie, all das ist für mich viel rentabler geworden als die Zusammenarbeit mit echten Zeitschriften. Trotzdem will ich nicht mehr für die Phantomagentur arbeiten. Aber es ist schwer, zu diesem schnellen Geld Nein zu sagen. In manchen Monaten machen ihre Aufträge bis zur Hälfte meines Einkommens aus. Die Familie hat sich vergrößert, es ist kein guter Zeitpunkt, um den Gürtel enger zu schnallen.

## **Warum werden die Artikel eigentlich so gut bezahlt?**

Ich erhalte die Antwort jeden Tag, wenn ich sie bei Google News an der Spitze der Ergebnisse finde. Genau das ist das Ziel, das ihre Auftraggeber anstreben: das Internet mit schmeichelhaften oder selbstgefälligen Inhalten für ihre Kunden zu berieseln, um die öffentliche Meinung zu beeinflussen, ihre Geschäfte zu erleichtern oder einem Konkurrenten eins auszuwischen. Ein Brand im Atomkraftwerk Flamanville in der Normandie sorgt für Schlagzeilen in den Medien? Man bestellt bei mir dringend eine Reihe von Artikeln, um die Sicherheit der Atomanlagen in Frankreich, die strengen Kontrollen und die Zuverlässigkeit der Zulieferer hervorzuheben. Wie ein Feuerwehrmann, den man ruft, um den Brand zu löschen.

# Und meine Talente lassen sich international einsetzen

***Warum klein denken? Die Phantomagentur zählt mehrere politische Führer und Oppositionelle in der ganzen Welt zu ihren Kunden: Ich werde zu ihrem Stammschreiber.***

Im Jahr 2016, in dem in rund 15 afrikanischen Ländern südlich der Sahara Präsidentschaftswahlen stattfinden, serviere ich Lobeshymnen für Idriss Déby, den ehemaligen Präsidenten des Tschad, der seit 1990 an der Macht ist. Ich rücke Ali Bongo, den Erben der Dynastie, die seit 1967 über Gabun herrscht, ins rechte Licht. Sein Hauptgegner, Jean Ping, steigt in den Umfragen? Ich stelle seine Moral in „Jean Ping im Angesicht seiner Widersprüche“ ([Ladiplomatie.fr](http://Ladiplomatie.fr)) infrage.

Dabei nehme ich auch Scheinargumente in Kauf: Weil er „von einem chinesischen Vater geboren“ ist, „verdächtige ich ihn, den Interessen Chinas zu dienen“. Ich rolle auch Denis Sassou Nguesso, nach 32 Jahren an der Spitze der Republik Kongo, den roten Teppich aus und versuche dabei, die Gewalt gegen die Opposition herunterzuspielen.

Glückstreffer – oder auch nicht: Alle drei Herrscher werden bereits im ersten Wahlgang wiedergewählt. Das klappt nicht jedes Mal. In Dschibuti reichten meine Artikel über den Despotismus von Präsident Ismaïl Omar Guelleh, der mit über 87 Prozent der Stimmen wiedergewählt wurde, nicht aus. Wie Alpha Condé in Guinea und Alassane Ouattara in der Elfenbeinküste arrangierte sich Omar Guelleh mit der Verfassung, um seine Amtszeit zu verlängern. Bei Ersterem spreche ich von einer „autokratischen Entgleisung“, beim Zweiten jedoch von einem „legitimen“ Vorgehen. Wie der gute und der schlechte Jäger, die beide schießen, nur dass der eine trifft

und der andere eben nicht (3), kurz gesagt.

Ich spüre es, ganz unterschwellig: Ich unterstütze ihre Politik. Aber momentan fühle ich mich noch vollkommen losgelöst von meinen Texten. Wer glaubt schon an meine Artikel über das grüne Wachstum in Saudi-Arabien? Trotzdem: Selbst wenn die Geschäftsleute, deren Verdienste ich lobe, Gepäck auf dem Buckel haben, haben sie doch das Recht, dass meine Artikel in den Google-Suchergebnissen ganz oben stehen.

Ich spreche mit meinen Freunden. Mit meinem Kumpel Cyril, Journalist bei *Fakir*. Er lacht: „Kurz gesagt, du erschaffst die Präsidenten, und du schaffst sie wieder ab!“ Dann fügt er ernst hinzu: „Aber das ist ein richtig gutes Thema.“

Er hat nicht unrecht. Und auch meine seelische Verfassung drängt immer mehr an die Oberfläche. Eine Beraterin der Agentur beruhigt mich: „An diesen Artikeln ist nichts falsch. Gut, es ist ein bisschen grenzwertig, weil wir im Interesse des Kunden handeln, aber es sind trotzdem echte Artikel mit echten Informationen. Und gut geschrieben sind sie auch noch!“

Ihr Name ist Cécilia Veloso. Offensichtlich findet sie nichts dabei, Journalismus und Lobbyismus zu vermischen. So sehr ich auch versuche, sie in die Mangel zu nehmen, so sehr ich auch versuche, mit ihr ins Gespräch zu kommen, ich stoße gegen eine Mauer. „Die Medien brauchen Inhalte, und wir bieten sie ihnen kostenlos an. Jeder findet sich darin wieder!“ Denn, ja, ich habe vergessen, es zu erwähnen: Alle diese Artikel werden kostenlos zur Verfügung gestellt.

„Soweit ich weiß, ist das die einzige Agentur, die so etwas macht.“ Cécilia bewundert das Konzept sogar ziemlich. Und wenn ich schon von „Cécilia“ spreche: Es dauerte nicht lange, bis ich merkte, dass sie ein Pseudonym benutzte. Ich hatte es eigentlich schon vermutet.

Aus Neugierde hatte ich im Internet nach ihrem Namen gesucht. Sie war in den Suchmaschinen unbekannt, wie fast alle meine Gesprächspartner bei der Agentur. In der Public Relations Agency verstecken sich sogar die Angestellten unter falschen Namen. Und ich verirre mich darin. Irgendwann verliere ich den Halt: Ich bin mir nicht mehr sicher, was echt und was erfunden ist. Ich fühle mich wie Jim Carrey in der „Truman Show“.

## Schließlich sage ich mir, dass ich eine Story habe

Dass ich die Sache selbst aus der Welt schaffen muss. Ich informiere mich über die Agentur und ihre Betreiber und stoße auf eine Untersuchung von *Journaldunet.com*. Sie enthüllt die Praktiken der Agentur iStrat: Fake-Artikel, manipulierte Fotos und Infiltration von Onlinemedien. Um die Spuren zu verwischen, haben die Manager von iStrat mehrmals den Namen ihrer Firma geändert, mit anderen Firmen fusioniert und schließlich „Maelstrom Media“ gegründet. Wie die berühmte MM, an die ich meine Rechnungen schicke?

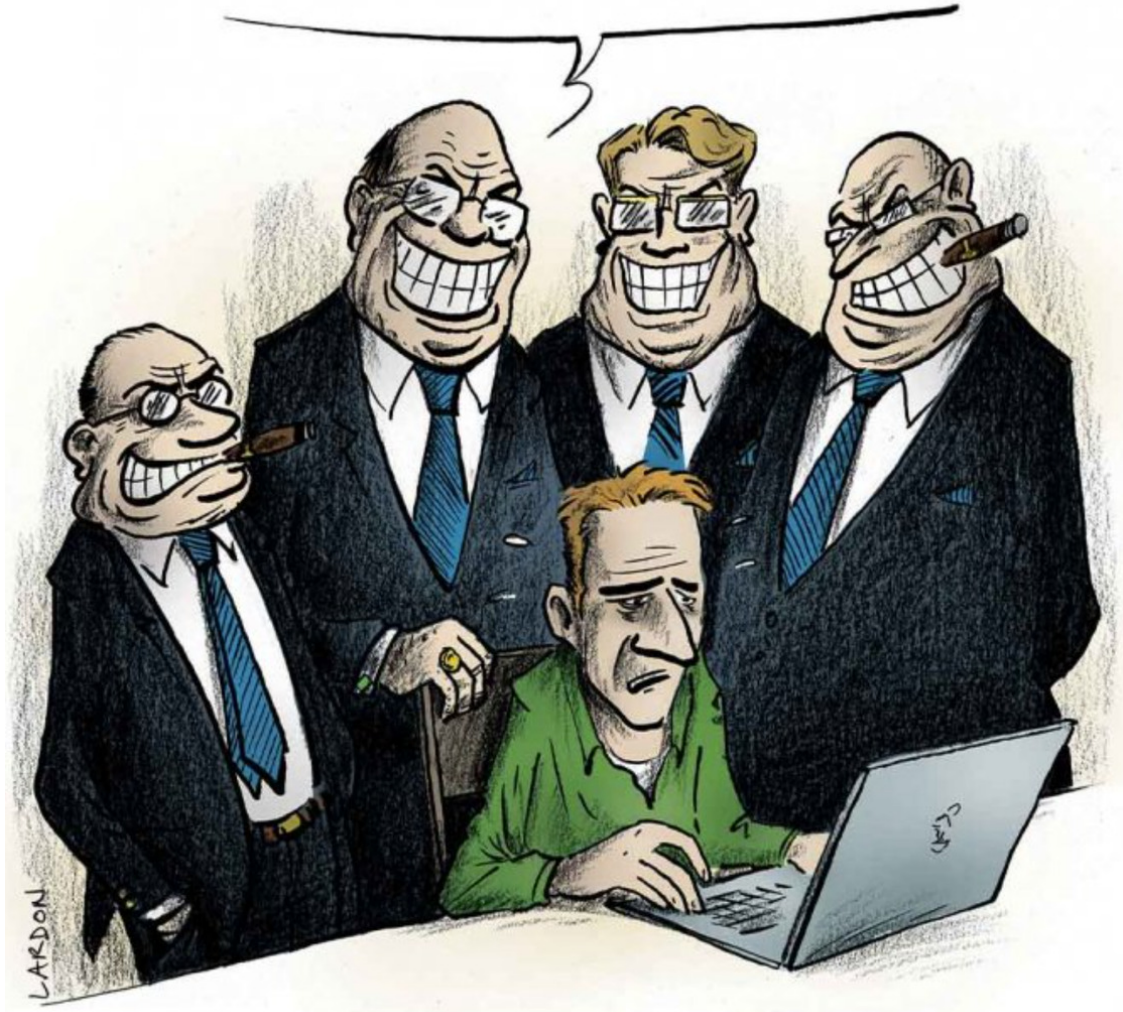
Ja, das sind sie: Public Relations Agency war nur eine Fassade, und der Firmensitz wurde sogar vom 16. Arrondissement in Paris nach Bratislava verlegt. In die Slowakei! Ich grabe weiter. Ich entdecke, dass die gleichen Führungskräfte Avisa Partners gegründet haben, ein „Unternehmen für Wirtschaftsintelligenz, internationale Geschäfte und Cybersicherheit“, wie sie es selbst nennen. Eine Gruppe, die sich im Wachstum befindet, aber laut *Jeune Afrique* von einer Untersuchung des französischen Auslandsnachrichtendienstes

### DGSE

[https://de.wikipedia.org/wiki/Direction\\_g%C3%A9n%C3%A9rale\\_de\\_la\\_S%C3%9curit%C3%A9\\_ext%C3%A9rieure](https://de.wikipedia.org/wiki/Direction_g%C3%A9n%C3%A9rale_de_la_S%C3%9curit%C3%A9_ext%C3%A9rieure)) betroffen ist.

Wir schwimmen im Delirium ...

ET SURTOUT, QUE ÇA AIT  
L'AIR INDÉPENDANT !



„Und vor allem muss es unabhängig wirken!“

## Tours, Frankreich, 23. März 2021

Diesmal ist es die Krönung. Das neue Briefing, das mir an diesem Tag zugeschickt wird, verlangt von mir, dass ich ein Buch bewerbe, in dem es um die Verunglimpfung von – François Ruffin geht. Ich habe ihn noch nie getroffen, aber Ruffin scheint mir aufrichtig zu sein. Ich mag ihn. Außerdem arbeitet Cyril bei *Fakir* mit ihm zusammen. Ausnahmsweise möchte ich diesen Artikel nicht schreiben. Aber ich kenne die Regel: Wenn ich mich weigere, übernimmt ein anderer Redakteur die Aufgabe.



Ich rufe meinen Kumpel an, der – wieder – lacht. „Wir sprechen mit François darüber, und ich rufe dich zurück. Aber vielleicht können wir ja ein wenig Spaß haben ...“ Ich frage mich, ob ich nicht etwas Dummes getan habe. Ich habe „Merci Patron!“ gesehen! Bei *Fakir* habe ich es mit Experten zu tun. Eine halbe Stunde später klingelt das Telefon: Cyril. „Also gut, ja, du wirst den Artikel schreiben, um Ruffin runterzumachen. Also, nein. Ich schlage vor, dass wir ihn schreiben.“

„Hä?“

„Ja, das ist richtig. Man wird nie besser bedient als durch sich selbst. Wir machen uns einen Spaß, und du wirst fürs Nichtstun bezahlt!“

„Wenn ihr das so seht, können wir einen Versuch wagen.“

Zwei Stunden später ist der Artikel in meiner Mailbox: ein fast zu gut geschriebener und recherchierter Artikel! Mit so lustigen Formulierungen, dass er schon fast verdächtig wirkt! Na los, ein paar Minuten, um ihn nach meinen Vorstellungen zu gestalten, um nicht aufzufallen, und dann schicke ich ihn der Agentur.

Ich kann es kaum glauben: Die Beraterin, die mir den Auftrag erteilt hat, merkt nichts. Der Artikel, der vom *Fakir*-Team selbst verfasst wurde, wird am nächsten Tag in einem Medium veröffentlicht, das vorgibt, eine alternative Berichterstattung zu bieten. Er ist von einem gewissen „Kevin, Redakteur mit Schwerpunkt Politik“ unterzeichnet. Sein Profilbild wurde aus einer kostenlosen Bilddatenbank entnommen. Das der anderen Journalisten auf der Website ebenfalls. Ein großer Klassiker also. Es ist schon erstaunlich, dass das alles so einfach durchgehen konnte.

Eine kleine Frage beschäftigt mich aber trotzdem und auch meine neuen *Fakir*-Freunde: Wer steckt hinter dieser Hetzkampagne? Die

Spekulationen laufen auf Hochtouren. Einige schließen Wetten ab. Ich versuche diskret, durch einige gut platzierte Fragen mehr von der Agentur zu erfahren. Meine Versuche, das Geheimnis zu lüften, bleiben erfolglos. Ich bestehe nicht darauf: Sie sollen auch nicht zu misstrauisch werden. Bis ich eines Tages die Anweisungen zum Einsenden meiner Rechnung erhalte. Darunter auch der „Code“. Ich hatte vergessen, dass jede Rechnung einen anonymen Kundencode enthält, der den Artikel mit seinem Auftraggeber verbindet.

Ein Code also: PA DI P 2340. Der kommt mir bekannt vor. Ich habe schon einmal für diesen Kunden gearbeitet. Ich bin mir ziemlich sicher.

Ich durchsuche fieberhaft meine alten Rechnungen nach demselben Code. Ich gehe die Texte nach und nach durch. Ein Artikel, der Chanel in den Dreck zieht, ein anderer, der Victoria's Secret – Luxusunterwäsche – verunglimpft. Es riecht nach einem Unternehmen, das auf die Konkurrenz einprügelt.

Ein weiterer, hier, wieder derselbe Kunde, aber diesmal lobend, um während der Krise das Engagement und die guten Zahlen von LVMH zu loben, und ich muss „die Rezepte dieses Erfolgs: Innovation, Autonomie, Unternehmergeist“ betonen. Und ein letzter, um die Popularität hervorzuheben und das Engagement von Bernard Arnault zu rühmen!

***Das ist also der Kunde, der sich hinter „PA DI P 2340“ verbirgt!***

Offensichtlich hat Bernard trotz der Abhöraktionen gegen *Fakir*, trotz eines Gerichtsverfahrens, das dank der Zahlung von zehn Millionen Euro vermieden werden konnte, „Merci Patron!“ immer noch nicht verdaut.

# Oktober 2021

***Ich bin angewidert, angewidert von dieser massenhaften Manipulation der Massen. Mehrmals beschließe ich, aufzuhören. Ich brauchte nur einen Anstoß.***

Er kommt am Ende des Jahres 2021.

Cécilia Veloso ruft mich an, um mir mitzuteilen, dass ein Journalist, Sylvain Pak, eine von EDF aufgekaufte Website untersucht, die die Agentur mit Artikeln versorgt. „Er sagte, er versuche, dich zu erreichen. Es hat keinen Sinn, mit ihm zu diskutieren!“

Panik in der Agentur. Nicolas Faure, Projektleiter für digitale Projekte, versucht innerhalb von fünf Minuten dreimal, mich anzurufen. Ich hatte seit zwei Jahren nichts mehr von ihm gehört. Schließlich hebe ich ab. „Wenn er dich anruft, sag ihm, dass er dir seine Fragen per E-Mail schicken soll. Ich bin misstrauisch gegenüber solchen Typen, die aus dem Nichts etwas Dummes machen können. Er ist nicht sauber.“ Und er fügte hinzu, wie um sich selbst zu beruhigen: „Wir sind ultraclean, wir haben uns nichts vorzuwerfen.“ Dann per SMS: „Wir würden es vorziehen, wenn du den Namen der Agentur und ihrer Mitarbeiter nicht weitergibst.“

Was zum Teufel soll das? Die benutzen doch alle Pseudonyme! Als ich nichts von Sylvain Pak höre, beschließe ich, ihn zu kontaktieren. Er recherchiert für „Complément d'enquête“ auf France 2 über EDF. Darauf hatte ich schon viel zu lange gewartet. Also werfe ich ihm alles vor die Füße: die Artikel, die für die Atomkraft sind, für die Strategie des Konzerns, die, die auf die Konkurrenz einprägeln ... Er behält davon drei Minuten.

Ich weiß, dass sich die Agentur nicht täuschen lässt. Dass meine Aussage mich vielleicht meine letzte Rechnung kosten wird. Drei

Monate nach der Ausstrahlung der Sendung hat die Agentur die 470 Euro, die sie mir schuldete, trotz zahlreicher Mahnungen immer noch nicht bezahlt. Ich muss einen Brief in die Slowakei schicken, um meine Schulden einzutreiben. Ein sehr geringer Preis, den ich für meine wiedererlangte Unabhängigkeit zahlen musste. Was mein Gewissen betrifft, wird die Zeit zeigen ...

---

**Redaktionelle Anmerkung:** Dieser Text erschien unter dem Titel **„Moi, journaliste fantôme au service des lobbies** (<https://fakirpresse.info/moi-journaliste-fantome-au-service-des-lobbies>)“ zuerst am 19. Mai 2022 in der Papierausgabe des *Fakir* Nummer 103 und online auf [fakirpresse.info](https://fakirpresse.info) (<https://fakirpresse.info/>). Er wurde von Elisa Gratias übersetzt und vom **Manova-Korrektoratsteam** (<https://www.manova.news/kontakt>) lektoriert.

---

### **Quellen und Anmerkungen:**

(1) Im Original war dieser Titel ein Wortspiel: Die französische Abkürzung der Internationalen Agentur für Krebsforschung ist CIRC für „Centre international de recherche sur le cancer“. Gesprochen wird es wie das französische Wort „cirque“, was auf Deutsch Zirkus bedeutet.

(2) Trailer zum Film „Merci Patron !“ (auf Deutsch: „Danke, Chef!“) auf **YouTube** ([https://www.youtube.com/watch?v=ch0HsuYu\\_TI&ab\\_channel=Unifrance](https://www.youtube.com/watch?v=ch0HsuYu_TI&ab_channel=Unifrance)), *Manova*-Artikel zum Film: <https://www.manova.news/artikel/robin-hood-2-0> (<https://www.manova.news/artikel/robin-hood-2-0>)

(3) Bezug auf einen **Sketch-Klassiker**

[https://www.youtube.com/watch?v=oto1WWxhYkQ&ab\\_channel=LesInconnus](https://www.youtube.com/watch?v=oto1WWxhYkQ&ab_channel=LesInconnus)

des Comedy-Trios

„**Les Inconnus** ([https://de.wikipedia.org/wiki/Les\\_Inconnus](https://de.wikipedia.org/wiki/Les_Inconnus))“

über gute und schlechte Jäger aus den 1990er-Jahren.

---



Es bringt wenig, nur im eigenen, wenn auch exquisiten Saft zu schmoren. Deshalb sammelt und veröffentlicht **Manovas Weltredaktion** regelmäßig Stimmen aus aller Welt. Wie denken kritische Zeitgenossen in anderen Ländern und Kulturkreisen über geopolitische Ereignisse? Welche Ideen haben sie zur Lösung globaler Probleme? Welche Entwicklungen beobachten sie, die uns in Europa vielleicht auch bald bevorstehen? Der Blick über den Tellerrand ist dabei auch ermutigend, macht er doch deutlich: Wir sind viele, nicht allein!