



Donnerstag, 16. Oktober 2025, 13:00 Uhr
~10 Minuten Lesezeit

Die versteckte Medienmaschine

Die Steuerung der öffentlichen Meinung ist ein zentraler Bestandteil jeder geopolitischen Strategie — auch in westlichen Ländern. Exklusivauszug aus „Das Buch vom Weltfrieden“. Teil 1 von 3.

von Björn Gschwendtner
Foto: Wirestock Creators/Shutterstock.com

Während autoritäre Regime häufig auf plumpe und

unverhohlene Regierungspropaganda setzen, die leicht als solche zu entlarven ist, haben die Akteure im sogenannten freien Westen subtilere und weitaus effektivere Wege gefunden, Einfluss zu nehmen. An der Spitze dieser Meinungssteuerung steht der Council on Foreign Relations (CFR), eine der einflussreichsten Denkfabriken der Welt. Mit seinen knapp 5.000 Mitgliedern – ein Netzwerk aus Politikern, Wirtschaftsbossen, Akademikern und Journalisten – hat der CFR ein System geschaffen, das nach außen hin wie ein pluralistisches und unabhängiges Gefüge wirkt. Doch hinter dieser Fassade verbirgt sich eine hochgradig zentralisierte Struktur, die es ermöglicht, nahezu alle relevanten Informationskanäle und Meinungsbildungsprozesse zu steuern.

Der CFR hat ein Ökosystem aufgebaut, das durch seine scheinbare Vielfalt und Professionalität den Eindruck von Neutralität und Objektivität erweckt. Tatsächlich aber sind die Schlüsselpositionen in den Medien, Denkfabriken und anderen Institutionen oft mit Mitgliedern des CFR oder seiner Partnerorganisationen besetzt. Diese engmaschige Vernetzung erlaubt es, Narrative zu etablieren und zu kontrollieren, ohne dass die Öffentlichkeit die dahinterstehende Absicht bemerkt. Was nach unabhängiger Berichterstattung aussieht, ist in Wirklichkeit häufig Teil eines orchestrierten Meinungsbildungsprozesses.

Eine zentrale Rolle innerhalb der Propaganda-Matrix des CFR spielen die Denkfabriken und „Experten“, die in der öffentlichen Wahrnehmung als unabhängige Stimmen auftreten. Diese Institutionen versorgen Medien und Publikum mit Analysen und

Kommentaren, die auf den ersten Blick fundiert und objektiv wirken. Tatsächlich sind jedoch viele dieser Thinktanks und die Experten, die dort arbeiten, tief in das transatlantische Netzwerk eingebunden, das vom CFR und seinen Partnerorganisationen dominiert wird (1).

In den USA zählen Institutionen wie die Brookings Institution, die RAND Corporation, der NATO-nahe Atlantic Council, das Aspen Institute oder das Center for Strategic and International Studies (CSIS) zu den wichtigsten Pfeilern dieses Netzwerks. Alle diese Einrichtungen werden maßgeblich von CFR-Mitgliedern geleitet und kontrolliert.

Zu den prominenten Denkfabriken, die regelmäßig in den deutschen Medien auftauchen, gehören die Deutsche Gesellschaft für Auswärtige Politik (DGAP) und die Stiftung Wissenschaft und Politik (SWP). Die DGAP wurde 1955 mit Unterstützung des CFR gegründet und lange vom ehemaligen Atlantikbrücke-Vorsitzenden Arendt Oetker geleitet.

Die SWP, ein weiteres prominentes Beispiel, wird direkt von der deutschen Bundesregierung finanziert und war aktiv an geopolitischen Planungen beteiligt. Unter der Leitung von Volker Perthes – einem Mitglied zahlreicher transatlantischer Netzwerke wie der Atlantikbrücke, der Trilateralen Kommission und der Bilderberg-Gruppe – arbeitete die SWP 2012 mit dem US Institute of Peace zusammen, um in Berlin Workshops für syrische Oppositionelle zu organisieren. Diese Treffen unter dem Projektnamen Day After dienten der Planung der Zeit nach einem angestrebten Sturz der syrischen Regierung. Dass solche Aktivitäten nichts mit neutraler Expertise zu tun haben, sondern klaren geopolitischen Interessen folgen, liegt auf der Hand.

Kritische oder unabhängige Experten, die sich den dominanten Narrativen widersetzen, haben in den

Medien dieser Netzwerke hingegen kaum eine Chance. Ihre Stimmen werden entweder ignoriert oder aktiv diskreditiert.

Der deutsche Islamwissenschaftler Michael Lüders und der Schweizer Historiker Daniele Ganser sind nur zwei Beispiele für Experten, die aufgrund ihrer abweichenden Positionen zu Zielscheiben diffamierender Kampagnen wurden. Dabei zeigt sich deutlich: Wer die herrschenden Narrative infrage stellt, wird nicht als Teil des Diskurses geduldet, sondern systematisch ausgegrenzt.

Fernsehen, Radio, Zeitungen oder Internet: Der Council on Foreign Relations hat systematisch daran gearbeitet, Eigentümer, Chefredakteure und führende Journalisten der einflussreichsten Medien in seine Netzwerke zu integrieren. In den USA wurden nahezu alle namhaften Medien entweder von CFR-Mitgliedern gegründet oder schon vor Jahrzehnten von ihnen übernommen. Dies wurde durch den enormen finanziellen Einfluss und den privilegierten Zugang zu politischen Entscheidern möglich – beides Ressourcen, über die der CFR und seine Mitglieder wie kaum eine andere Organisation verfügen. Selbst moderne Technologie-Giganten wie Google und Facebook sind auf höchster Ebene Teil des CFR-Netzwerks und mitunter aktiv in dessen internationale Operationen involviert.

Die traditionellen Medien in (West-)Deutschland entstanden nach dem Zweiten Weltkrieg im Rahmen eines alliierten Lizenzverfahrens, bei dem die Verleger und Chefredakteure sorgfältig ausgewählt wurden. Diese Strukturen, die durch familiäre und andere Verbindungen bis heute bestehen, wurden zu einem zentralen Bestandteil der westlichen Medienlandschaft. Neben der Bilderberg-Gruppe und der Trilateralen Kommission spielt insbesondere die 1952 gegründete Atlantik-Brücke eine Schlüsselrolle bei der Einbindung und Prägung führender deutscher Medienvertreter. Gegründet wurde sie vom damaligen CFR- und

Weltbank-Präsidenten sowie Hochkommissar für Deutschland John J. McCloy, gemeinsam mit CFR-Mitglied und Bankier Eric Warburg, dem Enkel von CFR-Direktor und Federal-Reserve-Mitbegründer Paul Warburg.

Wer noch tiefer in diesen Kaninchenbau einsteigen möchte, dem empfehle ich die Studie „Die Propaganda-Matrix: Wie der CFR den geostrategischen Informationsfluss kontrolliert“ von Swiss Propaganda Research (2).

Die Propaganda-Multiplikatoren: Drei Presseagenturen bestimmen die Berichterstattung

Nun mögen Sie einwenden: In den deutschsprachigen Ländern gibt es doch nationale Agenturen wie die *Deutsche Presse-Agentur* (DPA), die *Austria Presse Agentur* (APA) oder die *Schweizerische Depeschenagentur* (SDA). Doch leider muss ich Sie enttäuschen: Diese Agenturen sind nicht unabhängig, ihre Arbeit basiert vielmehr auf den Berichten der drei großen internationalen Agenturen:

- die amerikanische *Associated Press* (AP),
- die französische *Agence France-Presse* (AFP),
- die britische *Reuters*.

Diese drei Giganten bestimmen maßgeblich, welche Informationen weltweit verbreitet werden. Und erraten Sie, von wem diese wiederum koordiniert werden? Richtig – vom Council on Foreign Relations. Halten wir deshalb fest: Ein Großteil der Texte, Bilder, Ton- und Videoaufnahmen, die täglich in unseren Zeitungen, Radiosendern und Nachrichtensendungen erscheinen, stammen von den oben genannten drei Nachrichtenagenturen. Einzig und allein

bei lokalen Meldungen können Sie sich als Abonnent Ihrer Tageszeitung noch darauf verlassen, dass wirklich ein Redakteur vor Ort war.

Mangels eigener Ressourcen haben die meisten Redaktionen ihre Auslandsberichterstattung schon lange vollständig an die großen Agenturen ausgelagert. Hier findet sich also der Grund dafür, dass sich Berichte von Warschau bis Washington oft aufs Wort gleichen.

Ein solcher Gleichklang erinnert doch dann eher an die „gelenkten Medien“ autoritärer Regime als an die viel gepriesene Vielfalt und Unabhängigkeit demokratischer Presseorgane.

Es ist daher essenziell, die Rolle und den Einfluss der Nachrichtenagenturen kritisch zu hinterfragen. Die Frage „Woher weiß die Zeitung, was sie weiß?“ sollte uns alle beschäftigen. Nur so können wir erkennen, wie stark unser Weltbild von wenigen Akteuren geprägt wird und welche Interessen dabei eine Rolle spielen. Denn, wie es ein Schweizer Medienforscher formulierte: „Die Nachrichtenagenturen sind die ‚AktualiTäter‘ unserer Zeit“ (3).

Die Prinzipien der Kriegspropaganda nach Anne Morelli

Die belgische Historikerin Anne Morelli hat eine Liste von zehn Kernelementen von Kriegspropaganda vorgelegt (4). Diese stellen sozusagen die „Zehn Gebote“ der Propaganda dar und werden angewandt, um Kriege vor dem eigenen Volk zu rechtfertigen. So mancher Punkt wird Ihnen wahrscheinlich – im Hinblick auf aktuelle Zeitungsberichte – bekannt vorkommen:

¹ Wir wollen keinen Krieg!

- 2 Der Gegner ist allein für den Krieg verantwortlich!
- 3 Der Führer des feindlichen Lagers wird dämonisiert.
- 4 Wir verteidigen ein edles Ziel und keine besonderen Interessen!
- 5 Der Feind begeht wissentlich Grausamkeiten, wenn wir Fehler machen, geschieht dies unbeabsichtigt.
- 6 Der Feind benutzt unerlaubte Waffen.
- 7 Wir erleiden geringe Verluste, die Verluste des Feindes sind erheblich.
- 8 Anerkannte Kulturträger und Wissenschaftler unterstützen unser Anliegen.
- 9 Unser Anliegen hat etwas Heiliges.
- 10 Wer unsere Propaganda in Zweifel zieht, arbeitet für den Feind und ist damit ein Verräter.

Die Propagandamaschinerie arbeitet gründlich und beeinflusst das Denken der Menschen nachhaltig. So glaubte zum Beispiel ein großer Teil der US-amerikanischen Soldaten, die im Irak kämpften, sie seien dort, um Saddam Hussein für die Terroranschläge vom 11. September 2001 zur Rechenschaft zu ziehen – obwohl Hussein nachweislich nichts mit diesen Anschlägen zu tun hatte. Diese Verknüpfung war das Ergebnis einer Desinformation wie „Monsters Inc.“, die in den Köpfen der Menschen durch ständige Wiederholung fest verankert wurde.

Pentagon & CFR: Wer manipuliert wen?

Die zehn Prinzipien der Kriegspropaganda zeigen, wie gezielt Desinformation eingesetzt wird, um die Bevölkerung für militärische Interventionen zu gewinnen. Doch eine erfolgreiche Propagandakampagne entsteht nicht im luftleeren Raum. Sie benötigt eine gut geölte Maschinerie aus Militär, Medien und politischen Thinktanks, die Hand in Hand arbeiten, um Narrative zu

formen und zu verbreiten.

Eine zentrale Rolle spielt dabei das Pentagon, das nicht nur als militärische Kommandozentrale der USA fungiert, sondern auch eine der größten PR-Agenturen der Welt betreibt. Gemeinsam mit einflussreichen Denkfabriken wie dem Council on Foreign Relations stellt es sicher, dass die „richtige“ Sichtweise in den Medien und Köpfen der Menschen verankert wird.

Mit rund 3,2 Millionen Beschäftigten – das entspricht etwa 1 Prozent der US-Bevölkerung – ist das Pentagon nicht nur der größte Arbeitgeber der Vereinigten Staaten, sondern auch ein herausragendes Beispiel für die Bedeutung des Militärs in der nationalen Politik. Zum Vergleich: Auf Platz zwei der größten militärischen Arbeitgeber weltweit folgt die chinesische Volksbefreiungsarmee mit etwa 2,3 Millionen Beschäftigten, was nur 0,16 Prozent der chinesischen Bevölkerung ausmacht.

Doch das Pentagon ist mehr als eine militärische Befehlszentrale. Seit den 2000er-Jahren hat das Ministerium damit begonnen, über 27.000 PR-Berater zu beschäftigen oder, besser gesagt, Propagandisten (5).

Diese Armee aus PR-Profis ist ausschließlich dafür zuständig, die öffentliche Meinung durch gezielte Öffentlichkeitsarbeit, Werbung und Rekrutierung zu beeinflussen – eine Aufgabe, die den amerikanischen Steuerzahler jährlich 4,7 Milliarden Dollar kostet.

Solche Berater und Experten arbeiten daran, die Aktivitäten und Ziele des Ministeriums in der Öffentlichkeit und bei den Medien darzustellen oder strategische Informationen zu verbreiten.

Doch wie stehen das oben erwähnte Council on Foreign Relations und das Pentagon eigentlich zueinander? Wer manipuliert hier

wen? Um diese Frage zu beantworten, sollte man sich die beiden Institutionen wie ein symbiotisches Netzwerk vorstellen. Beide sind voneinander abhängig: Das Pentagon würde ohne die intellektuelle Legitimierung des CFR an Glaubwürdigkeit verlieren, während das CFR auf die Macht und Reichweite des Pentagons angewiesen ist, um seine Narrative weltweit durchzusetzen.

Dabei bleibt die Arbeit des CFR auf einer intellektuellen Ebene, während das Pentagon die praktische Umsetzung übernimmt, sei es durch PR-Kampagnen, PsyOps (Psychologische Operationen) oder die Steuerung der Medienberichterstattung. Man könnte also vereinfacht sagen: Der CFR entwirft das Drehbuch, das Pentagon inszeniert es.

Die PR-Abteilungen des Pentagons arbeiten vor allem kurzfristig und operativ. Ihr Ziel ist es, in Echtzeit Geschichten und Erklärungen zu liefern, die militärische Aktionen rechtfertigen und die öffentliche Meinung beeinflussen. Ein klassisches Beispiel: Ein Bombenangriff wird als „humanitäre Intervention“ verkauft, oder es werden gezielte psychologische Operationen (PsyOps) eingesetzt, um Stimmungen in Kriegsgebieten zu steuern.

Das CFR dagegen hat eine andere Rolle, es ist sozusagen der „Architekt der Erzählungen“. Es entwickelt die langfristigen, ideologischen Grundlagen, auf denen das Pentagon später aufbaut. Während das CFR beispielsweise die theoretische Rechtfertigung für einen Eingriff liefert – „Menschenrechte schützen“ –, sorgt das Pentagon dafür, dass diese Botschaft praktisch umgesetzt und durch gezielte Propaganda in die Köpfe der Menschen transportiert wird.

Pentagon und Council on Foreign Relations: Die Propaganda-

Doppelstrategie

Pentagon und CFR ziehen beide am gleichen Strang, jedoch unterscheidet sich ihre Arbeit bezüglich des zeitlichen Horizonts, der Zielgruppe und der Inhalte.

Zeithorizont:

- Das Pentagon arbeitet kurzfristig und taktisch.
- Das CFR agiert langfristig und strategisch.

Zielgruppe:

- Das Pentagon richtet sich direkt an die breite Öffentlichkeit und die Medien.
- Das CFR zielt auf Eliten und Meinungsführer, die über Multiplikatoren-Effekte wirken.

Inhalte:

- Das Pentagon liefert konkrete Botschaften: „Wir verteidigen die Freiheit“, „Der Feind ist böse“.
- Das CFR liefert die ideologischen Rahmenbedingungen: „Liberalismus versus Autoritarismus“, „Die Pflicht des Westens, globale Stabilität zu sichern“.

Das CFR liefert also die strategische Denkarbeit, die theoretischen Narrative und die geopolitischen Visionen, während das Pentagon diese Konzepte in die Praxis umsetzt. In vielerlei Hinsicht ist der CFR der intellektuelle „Motor“ hinter vielen der Ideen, die das Pentagon in seine militärischen Strategien und Informationskampagnen integriert.

Die meisten Narrative, die das Pentagon in seinen Informations- und Propagandakampagnen nutzt, basieren auf den Denkmodellen und Analysen des CFR. Begriffe wie „liberale Weltordnung“ oder

„humanitäre Interventionen“ wurden maßgeblich durch das CFR geprägt und dann durch Pentagon-Strategien operationalisiert.

Dazu muss man wissen, dass es viele personelle Verflechtungen zwischen den beiden Institutionen und darüber hinaus gibt. Viele hochrangige Beamte und Militärs, die im Pentagon tätig sind, sind gleichzeitig Mitglieder oder Unterstützer des CFR. Und das CFR agiert ganz grundsätzlich als Schnittstelle zwischen Militär, Politik und Wirtschaft. Dank dieser Strukturen ist es ein Leichtes, Propaganda-Ideen und -Strategien auszutauschen. Das Pentagon und das CFR sind also keine voneinander isolierten Akteure, sondern Teil eines größeren Netzwerks, das die geopolitische Dominanz der USA sicherstellen soll.

Hier können Sie das Buch bestellen: Krasser Guru Verlag

(<https://buecher.krasser.guru/produkt/das-buch-vom-weltfrieden/>)



Björn Gschwendtner, Jahrgang 1977, hat den klassischen beruflichen Werdegang als Biologielaborant hinter sich gelassen und entschied sich, sein Hobby, das Zeichnen und Malen, zum Beruf zu machen. Weitere Informationen unter **bjoern3000.de/** (<https://bjoern3000.de/>).

