



Wladimir Putin vor der Kamera. Doch welchen Einfluss hat der Kreml-Chef hinter derselben?

BILD: SN/PICTUREDESK.COM

Wie Russland Meinung macht

Ein Mitarbeiter von Russia Today spricht mit den SN über die Propagandamaschinerie des russischen Auslandssenders. Doch nicht nur Russland macht Werbung für sein Weltbild.

RALF HILLEBRAND

BERLIN. Jan arbeitet auf redaktioneller Ebene für den deutschsprachigen Ableger von RT, vormals Russia Today. Er produziert, macht Beiträge. Und er fühlt sich dabei fair behandelt: „RT ist sehr professionell aufgestellt. Hier arbeiten Vollblutjournalisten – und sie gehen sehr freundlich mit einem um.“ Seinen richtigen Namen will Jan dennoch nicht abgedruckt wissen. Dafür sei das Thema doch zu heikel. Der Auslandssender RT wurde 2005 von der russischen Regierung gegründet, 2012 folgte die Nachrichtenagentur Ruptly mit Sitz in Berlin. Seit der Gründung wird alles, was RT macht, mit russischer Propaganda gleichgesetzt. Und das kommt nicht von ungefähr: Margarita Simonjan, erste RT-Chefredakteurin, bezeichnete den Sender als „Verteidigungsministerium“ des Kreml.

Jan, der über eine Eigenwerbung zu RT kam, ist die Ausrichtung freilich bewusst. Doch vorgegeben wird diese nicht – da es nicht nötig ist. „Der gewisse Spin, den Geschichten haben müssen, ist jedem bewusst, der für RT arbeitet.“ Doch wie zeigt sich dieser Spin? Laut Jan könnten 80 Prozent der Beiträge auch auf jedem anderen Kanal gesendet werden. Dazu kämen zehn Prozent, die explizit russische Aus-

landsthemen aufgriffen. „Und zehn Prozent sind eben jene Beiträge, die gern als Propaganda bezeichnet werden.“ Dazu gehöre es, den Eindruck zu vermitteln, dass in Europa „Sodom und Gomorra herrscht“. „Man will aufzeigen, dass das, was Russland vorgeworfen wird, auch in der EU vorkommt, zum Beispiel Polizeigewalt.“ Dafür würden aber keine Themen erfunden. Es reiche, eine Geschichte etwa durch die Anmoderation, Suggestivfragen oder

„Wir müssen den Menschen beibringen, Medien richtig zu nutzen.“
Doris Wydra, Politikwissenschaftlerin

die Platzierung zu prägen. Jan nennt als Beispiel den Absturz von Flug MH17, für den sich die Ukraine und Russland die Schuld zuschieben. „Du wirst kaum Beiträge finden, die sagen, Russland sei nicht schuld“, beschreibt Jan. „Aber es gibt Beiträge, bei denen ein Experte fünf Gründe aufschlüsselt, wieso die Ukraine schuld sein könnte.“

Die Möglichkeiten von RT sind riesig. Das Programm erreicht rund 700 Millionen Haushalte in mehr als 100 Ländern. Neben dem englischsprachigen Hauptsender gibt es noch Vollprogramme auf Spa-

nisch und Arabisch – und mehrere regionale Webangebote wie RT Deutsch. Weltweit beschäftigt die Senderfamilie grob 2000 Mitarbeiter. Das aus dem russischen Staatshaushalt finanzierte Budget liegt bei rund 283 Millionen Euro – und somit ungefähr auf der Höhe der BBC World Service Group, des internationalen Arms der BBC.

Einen Blick auf BBC oder die amerikanische CNN empfiehlt auch Doris Wydra, Koordinatorin des Salzburg Centre of European Union Studies. Vier Jahre hat die Politikwissenschaftlerin in Russland gelebt. „Man darf nicht außer Acht lassen, dass uns auch CNN und BBC stets eine bestimmte Sicht auf die Welt präsentiert haben.“ Die journalistische Ausgewogenheit sei bei den britischen oder US-Auslandsmedien größer. Doch RT setze nicht rein auf unreflektierte Berichterstattung: „Sie geben sich den Anschein von qualitativ hochwertigem Journalismus.“ RT wolle an das Image von BBC und CNN herankommen. Etwa deshalb wurde das Unternehmen 2009 in RT umbenannt. Dies unterscheide RT auch von „Sputnik“, jenem staatlichen Nachrichtenportal, das 2014 für 34 Länder gestartet wurde. „Sputnik“ sei wesentlich reißerischer.

Um der Meinungsmacht entgegenzuwirken, bietet die EU seit No-

vember die „East Stratcom Task Force“ auf, die etwa „top fakes“ russischer Medien präsentiert. Und erst vor wenigen Wochen hat der US-Auslandssender Radio Freies Europa einen Nachrichtenkanal in russischer Sprache lanciert – für TV-Zuschauer und Internetnutzer von Litauen bis Kasachstan. Insgesamt betreibt der US-Rundfunk-Aufsichtsrat fünf zivile Auslandssender. Früher sollten die Programme vor allem der NS-Propaganda entgegenwirken. Radio Freies Europa war zwischenzeitlich CIA-finanziert, heute liegt die Finanzhoheit beim amerikanischen Kongress.

Kann man von einem Informationskrieg sprechen? Doris Wydra will zwar nicht das Wort „Krieg“ gebrauchen, es sei aber sehr wohl ein Wettbewerb. „Information ist eine Ware. Und wer sie am hübschesten verpackt, findet oft die meisten Abnehmer.“ Der Expertin ist auch wichtig zu erwähnen, dass die meisten Medien einer Grundhaltung folgen würden. Deshalb fordert Wydra mehr Transparenz – es müsse leichter ersichtlich sein, wer hinter welchem Medienangebot stehe. Es bringe auch nichts, Medien wie RT zu verbieten. Man solle dem Problem vielmehr mit Bildung begegnen: „Wir müssen den Menschen beibringen, richtig mit Medien umzugehen – egal mit welchen.“

Der Kampf ums Handgelenk hat erst begonnen

Modemarken rücken immer stärker in das Smartwatch-Geschäft.

BASEL. Zuerst waren Computeruhren „the next big thing“. Und dann wurden sie schnell als Flop abgestempelt, nachdem sich die Verkäufe in Grenzen hielten. Die Wahrheit liegt wohl irgendwo dazwischen: 1,2 Milliarden Uhren werden pro Jahr verkauft, einige Dutzend Millionen sind Smartwatches. Unter ihnen ist die Apple Watch seit dem Start 2015 der klare Marktführer. Doch Rivale Google will Android Wear als bevorzugte Plattform für die große Masse der anderen Hersteller etablieren.

Die Tech-Riesen tun sich aber schwer. So stieg Motorola schon wieder aus dem Markt aus. Die Uhrenhersteller erscheinen immerhin empfänglich für die Google-Avancen: Mit Fossil, TAG Heuer oder Montblanc setzen große Namen auf Android Wear. Swatch, zu dem klangvolle Namen wie Tissot, Omega oder Longines gehören, will indes oh-



BILD: SNAP/BELOER

ne Google auskommen. Swatch-Chef Nick Hayek kündigte vor Kurzem eine eigene Plattform an. Anbieter von Modemarken stürzen sich mutig in den neuen Markt. So werden alle Männermodelle von Michael Kors künftig einen Chip oder einen Touchscreen bieten. Dazu gehören Hybrid-Uhren, die zwar ein Zifferblatt haben, aber auch Schritte zählen oder einen Knopf zum Auslösen der Smartphone-Kamera haben. „Der Schweizer Uhrenindustrie können Smartwatches gefährlich werden. Der Kunst des Uhrmachers aber nicht“, sagt TAG-Heuer-Chef Jean-Claude Biver. Was aber, wenn die Technologie die Gewohnheiten derart verändert, dass Menschen keinen Wert mehr auf Uhrmacherkunst legen? „Dann ist ein Mensch kein Mensch mehr“, sagt Biver. SN, dpa

HD-TV-Umstellung: Salzburgs neues Fernseh-Zeitalter

Der TV-Empfang via Antenne ist bald nur mehr über den neuen Standard DVB-T2/simpliTV möglich.

Am 20. April 2017 wird umgestellt: Das bisherige DVB-T-Signal wird abgeschaltet und der TV-Empfang via Antenne ist nur mehr über den neuen Standard DVB-T2/simpliTV möglich.

„Salzburg heute“ in HD-Qualität

Mit simpliTV kann man alle Sender der ORF-Familie in HD und ohne Zusatzkosten im ganzen Bundesland genießen. Ab diesem Zeitpunkt wird auch das beliebte „Salzburg heute“ gestochen scharf in High Definition gesendet.

Die Umstellung betrifft rund 25.000 Salzburgerinnen und Salz-



Wer das Laufband im TV-Bild sieht, muss handeln und eine simpliTV Box holen.

BILD: SN/ORF/ORS

burger, die heute via Zimmer- oder Hausantenne das ORF-Programm sehen. Wer noch keine simpliTV Box hat, sollte sich diese bis zum 20. April besorgen.

Das ist entweder online auf WWW.SIMPLITV.AT/UMSTEIGEN möglich oder beim Elektrofachhändler.

Beratung am Infostand

Seit 21. März werden den betroffenen Personen direkt auf ihrem Fernseher entsprechende Inserts eingeblendet. Die ORF-TV-Experten informieren zusätzlich persönlich und vor Ort am simpliTV-Infostand (Termine siehe Kasten rechts).

Information und Kontakt

simpliTV-Infostände in der Stadt Salzburg:

- Donnerstag, 30. März: Schranenmarkt
- Freitag, 31. März: Grünmarkt

Fragen zur DVB-T-Umstellung:

- Telefon: 0800 / 66 55 66 (kostenlos),
- E-Mail: dvb-t2@orf.at