

# Ein Biss´chen Propaganda – Wie ein neuer russischer Staatsmedien-Ableger die deutsche Öffentlichkeit ins Visier nimmt

30. Juni 2023

Von Elise Thomas

"Wie kann man Scholz vertrauen?", möchte der deutschsprachige TikTok-Clip wissen, in dem Bundeskanzler Olaf Scholz zur Entscheidung seiner Regierung befragt wird, der Ukraine Leopard-Panzer für den Kampf gegen die russische Invasion zu überlassen.

Das Video wurde mehr als 3,6 Millionen Mal angesehen, erhielt über 317.000 Likes und mehr als 10.500 Kommentare. Die Frage ist: Wie viele dieser Zuschauer:innen war sich bewusst, dass sie russische Staatspropaganda sahen?

Wenige, wenn überhaupt, ist die wahrscheinliche Antwort. Während der Krieg in der Ukraine weitergeht, russische Staatsmedien in der Europäischen Union mit Sanktionen belegt sind und Social-Media-Plattformen [Beschränkungen für ihre Inhalte aufrechterhalten](#), versuchen russische staatliche Medienorganisationen weiterhin, das westliche Publikum mit verdeckten oder halbverdeckten Methoden zu manipulieren. Eine der jüngsten Operationen zur Umgehung dieser Beschränkungen ist die Verbreitung von Propaganda, die, mittels eines Netzwerkes von neun Konten, auf das deutsche Publikum zielt, und Kurzvideos und Podcasts auf verschiedenen Plattformen produzieren.

*Bloß mit Biss* (BmB) [präsentiert](#) sich als "bissiger Blick auf die brisanten Themen im deutschsprachigen Raum". Der Schwerpunkt liegt auf der deutschen Innenpolitik und dreht sich um wirtschaftliche Ängste, Energiepolitik, die Auswirkungen der Russland-Sanktionen auf die deutschen Bürger:innen sowie Angriffe auf die Grünen, die [sich stark für die militärische Unterstützung der Ukraine eingesetzt haben](#). Die Konten des Medienunternehmens sind mindestens seit Oktober 2022 auf mehreren Social-Media-Plattformen aktiv, haben Millionen von Aufrufen verzeichnet, ohne jedoch eine Verbindung zum Kreml preiszugeben.

Tatsächlich wird BmB von SNA News produziert, dem deutschen Ableger der gesperrten russischen staatlichen Medienorganisation Sputnik.

## SNA, Satellit und Bloß mit Biss

Anfang März 2022 [kündigte](#) YouTube als Reaktion auf die russische Invasion in der Ukraine an, russische staatlichen Medienkanäle wie RT und Sputnik zu sperren – zunächst nur in Europa, später aber weltweit.

Zwei Tage danach postete SNA auf Telegram: „Aus naheliegenden Gründen haben wir unseren alten Kanal umbenannt. Nun wollen wir Euch aber in unseren neuen Kanal einladen, damit Ihr SNA-Inhalte auch weiter lesen könnt.“ Der Beitrag enthielt einen Link zu einem neu eingerichteten Telegram-Kanal mit dem Handle <sup>1</sup> @satellit\_de und dem Namen Satellit.



Abbildung 1: Screenshot eines archivierten Beitrags im ehemaligen SNA-Telegram-Kanal, der die Follower:innen auf [@satellit\\_de](#) verweist. [Quelle](#)

In den ersten Tagen war Satellit nicht zaudernd, als es um die Verbindung zu SNA News ging. Es wurden regelmäßig Links zu den bereits bestehenden Social-Media-Kanälen gepostet und gelegentlich auch Videos mit Dateinamen, die "SNA" enthielten. Auch deutsche Medien und Forscher:innen [berichteten](#) zu dieser Zeit über die [Verbindungen](#) von Satellit zu SNA.

Im Juli 2022 begann Satellit jedoch, sich eindeutig von SNA zu distanzieren, indem es Erwähnungen der Organisation aus ihren Kanälen entfernte. Auf Telegram [postete](#) der Sender, dass es „an der Zeit sei, die Marke Satellit zu erweitern“ und forderte seine Anhänger:innen auf, den neuen Odysee-Kanal zu abonnieren.<sup>2</sup> Kurz darauf startete Satellit *Bloß mit Biss*: eine Serie von Kurzvideos mit Clips, die deutsche Politiker:innen und Medienvertreter:innen zeigen. Wie viele erfolgreiche Videoshows der russischen Staatsmedien wurden diese Clips von einer Moderatorin präsentiert, die die Absichten dieser Personen anzweifelte, sie lächerlich machte und als inkompetent darstellte. Diese Videos wurden über die Kanäle von Satellit auf Telegram, YouTube und Odysee veröffentlicht.

Bis Oktober 2022 wurden BmB-Podcasts auf mehreren Plattformen veröffentlicht, darunter Apple Podcasts, Google Podcasts, Podcast.DE, Deezer, Mave und Castbox. Während alle im Rahmen der BmB-Podcasts produzierten Inhalte in deutscher Sprache verfasst sind, ist der Urheberrechtshinweis („Alle Rechte vorbehalten“) in russischer Sprache gehalten. Diese Podcast-Hosting-Dienste stellen keine Daten über die Anzahl der Abonnent:innen oder der Downloads der Episoden zur Verfügung, was es schwierig macht, die Reichweite der reinen Audio-Inhalte von BmB zu beurteilen.

[Show 10 More Episodes](#)

---

2023 © Bloß mit Biss. Все права защищены.

*Abbildung 2: BmB auf Apple Podcasts, mit Copyright-Hinweis in russischer Sprache. [Quelle](#)*

Eine zweite Expansion des BmB-Netzwerkes fand im Dezember 2022 und Januar 2023 statt, wobei Konten mit der Marke BmB auf [Instagram](#), [TikTok](#) und [Facebook](#) eingerichtet wurden.<sup>3</sup> Keines der Konten von BmB oder Satellit trägt eine Kennzeichnung, die von Social-Media-Plattformen verwendet werden, um das Publikum über ihre Verbindung zum russischen Staat zu informieren.

### Erfolgreiche Kurzvideos

BmB hat einige bemerkenswerte Erfolge mit seinen Kurzvideos auf verschiedenen Plattformen erzielt. Auf TikTok, dem Satellit-YouTube-Kanal (einschließlich YouTube Shorts) und Instagram Reels hat BmB mindestens acht Inhalte mit jeweils mehr als einer Million Aufrufe (Stand: 29. März 2023). Einige davon haben sogar über drei Millionen Aufrufe. Viele andere Inhalte von BmB erzielten auf diesen Plattformen Hunderttausende von Aufrufen.

Die von BmB geposteten Kurzvideos zeigen in der Regel Clips von deutschen Politiker:innen und anderen prominenten Persönlichkeiten, die aus anderen Medienquellen übernommen, mit Musik und Untertiteln versehen und manchmal mit anderen Clips, Memes und Emojis zusammengeschnitten wurden. Einige dieser Videos werden von einer weiblichen Stimme kommentiert - wahrscheinlich handelt es sich dabei um die Sprecherin der BmB-Podcasts.

### Narrative und Themen

Die Inhalte von BmB drehen sich um mehrere wiederkehrende Narrative und Themen: wirtschaftliche Ängste in Deutschland, die Unterstützung der Regierung für die Ukraine im Krieg gegen Russland und Angriffe auf Politiker:innen und Parteien des gesamten demokratischen Spektrums. Die Analyse dieser Inhalte bietet einen nützlichen Einblick, um zu verstehen, wie russische Propagandist:innen versuchen, das deutsche Publikum zu beeinflussen.

### *Sanktionen gegen Russland und saubere Energiewende machen den Deutschen zu schaffen*

Ein zentrales Thema eines Großteils der BmB-Inhalte zielt auf wirtschaftliche Ängste. Das Ziel scheint darin zu bestehen, bei den Deutschen ein Gefühl der Verbitterung gegenüber ihrer eigenen Regierung zu schüren.

Entsprechende Narrative proklamieren, dass die Sanktionen gegen Russland den Deutschen einen nicht hinnehmbaren Schaden zufügen und die Regierung eine Energiewende weg von fossilen Brennstoffen anstrebt, ohne die Probleme der einfachen Leute zu berücksichtigen, die versuchen, über die Runden zu kommen. Beispielsweise trug eine BmB-Sendung, die am 24. Februar 2023 veröffentlicht wurde, dem ersten Jahrestag der umfassenden Invasion, den Titel „[Wem schaden die Sanktionen?](#)“.

Darin wird behauptet, dass die russische Wirtschaft von den deutschen Sanktionen weitgehend verschont geblieben ist, während die Deutschen selber stark darunter leiden. "Klar ist man dann frustriert. Denn während sich die Regierung als Held für die Ukraine sieht, verhält sie sich in Bezug auf das eigene Volk alles andere als heldenhaft und lässt die Bürger in den Sog aus Armut", so die Sprecherin in der Folge.

Ein weiteres zentrales Augenmerk von BmB liegt auf der deutschen Energiewende. Das ist verknüpft mit dem Thema der wirtschaftlichen Ängste durch steigende Energiepreise, mit denen Deutschland (und der Rest Europas) unmittelbar nach der Abkehr von der Abhängigkeit von russischem Gas konfrontiert wurde. BmB kritisiert die deutsche Regierung, die die Energiewende trotz der damit verbundenen wirtschaftlichen Probleme vorantreibt, und greift die Grünen immer wieder an. Die Partei wird so dargestellt, als treibe sie die Energiewende aus ideologischen Gründen und im Namen anderer Klimaschützer:innen und Aktivist:innen voran.

### *Krieg in der Ukraine*

Die deutsche Unterstützung für die Ukraine in ihrem Kampf gegen die russische Militäroffensive ist ein Schlüsselthema in der Berichterstattung. Zu den Hauptthemen gehört die Darstellung der materiellen Unterstützung für die Ukrainer:innen, umschrieben als Geld, das den Deutschen und ihren Bedürfnissen vorenthalten wird; die Darstellung des deutschen Militärs als unterfinanziert und mit veralteter Technologie ausgestattet; die negativen Auswirkungen des Krieges auf die deutsche Wirtschaft; und die vermeintlichen Ausflüchte und Doppelzüngigkeit deutscher Politiker:innen bei der Frage, ob der Ukraine ein Zugang zu bestimmten Waffensystemen gewährt werden soll oder nicht.

Der am meisten gesehene Beitrag von BmB, der bereits zu Beginn dieses Artikels beschriebene TikTok-Clip mit über 3,6 Millionen Aufrufen, thematisiert den Sachverhalt der vermeintlichen Doppelzüngigkeit bei der Entscheidung von Bundeskanzler Olaf Scholz, der Ukraine Leopard-Panzer zu überlassen.

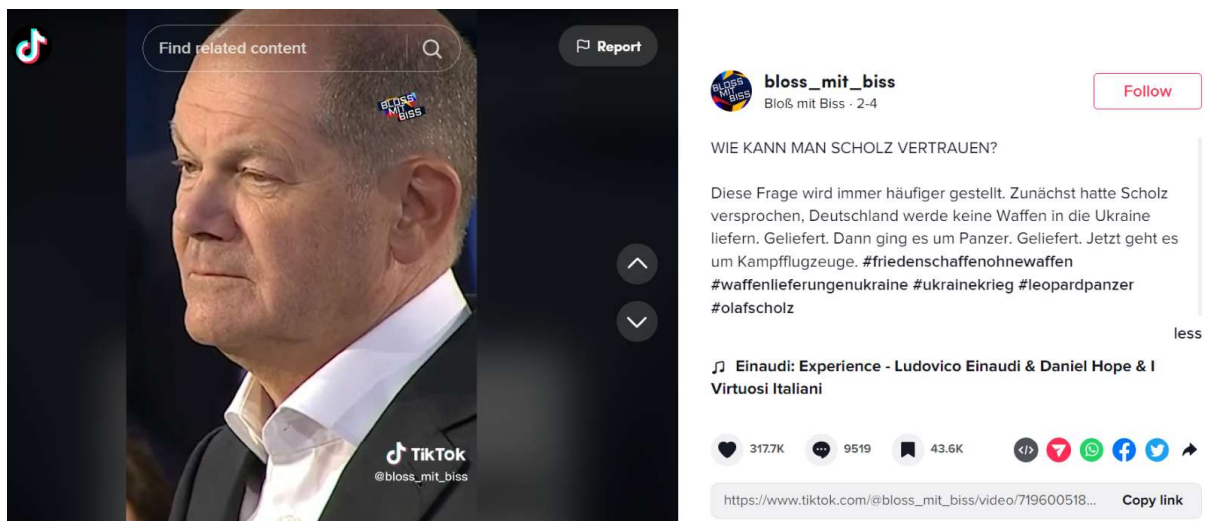


Abbildung 3: Von BmB geposteter TikTok-Clip mit der Frage "Wie kann man Scholz vertrauen?"

Bemerkenswert ist, dass BmB den russischen Krieg in der Ukraine nicht offen unterstützt – tatsächlich wird Russland in diesen Beiträgen kaum erwähnt. Stattdessen konzentriert sich BmB darauf, die deutsche Unterstützung für die Ukraine zu untergraben. Dieses, indem sie an das Eigeninteresse der Deutschen appelliert sowie an die Besorgnis einiger Deutscher hinsichtlich einer möglichen Eskalation des

Konflikts und der Remilitarisierung Deutschlands. Diese Strategie, die Glaubwürdigkeit demokratischer Nationen zu untergraben, anstatt Russland als ideale Alternative darzustellen, steht im Einklang mit anderen Propagandakampagnen des Kremls, die sich an ein ausländisches Publikum richten.

### *Angriffe auf die Grünen, Unterstützung für rechtsextreme und linke Politiker: innen*

Die Inhalte von BmB enthalten mehr Clips von Politiker:innen der Grünen als von jeder anderen Partei oder Gruppierung. Diese Clips werden stets in einer herabsetzenden Art und Weise präsentiert, z. B. indem Politiker:innen und die Partei als Ganzes als unnahbar, überfordert, bössartig und/oder schlicht als inkompetent dargestellt werden. Die Grünen sind die einzige Partei, der [mehrere Podcast-Episoden](#) gewidmet sind, um ihre vermeintlichen Fehler zu kritisieren.

Das Interesse von BmB, die Grünen ins Visier zu nehmen, hängt wahrscheinlich mit der Haltung der Partei zum Krieg in der Ukraine zusammen. Die Grünen gehören zu den [stärksten Befürworter:innen](#) der deutschen Militärhilfe.

Die deutsche Außenministerin Annalena Baerbock ist Mitglied der Grünen und eine häufige Zielscheibe von BmB-Inhalten. Da sie während der Bundestagswahl 2021 ein häufiges [Zielobjekt einer mutmaßlich von Russland unterstützten Online-Hass-Kampagne](#) war, sind ihr entsprechende Kampagnen nicht unbekannt.

Auch die Co-Vorsitzende der Grünen, Ricarda Lang, ist regelmäßig Ziel von Videos, in denen sie als unerfahren, unqualifiziert und dumm bezeichnet wird. Andere Politiker:innen der Grünen, insbesondere weibliche Politiker, waren ebenfalls Gegenstand von BmB-Inhalten.

Beispielsweise zeigt der meistgesehene YouTube-Short-Clip von Satellit, die Talkshow-Moderatorin Sandra Maischberger, die Ricarda Lang vorwirft, dass die Grünen ihre eigenen Prinzipien über Bord geworfen hätten. Dies, indem sie die Militärhilfe für die Ukraine unterstützt, Geschäfte mit Katar abschlossen und sich bereit erklärt hätten, Kohlekraftwerke länger laufen zu lassen, um die Auswirkungen der Sanktionen auf russisches Gas zu kompensieren.

Der Clip wurde über 3,2 Millionen Mal angesehen und mehr als 9.000 Mal kommentiert. Die Kommentare sind überwiegend negativ, sowohl in Bezug auf die Politik der Grünen als auch in Form von persönlichen Angriffen auf Langs Aussehen, Intelligenz und Qualifikationen. Einige dieser Anmerkungen haben Tausende von Likes erhalten.

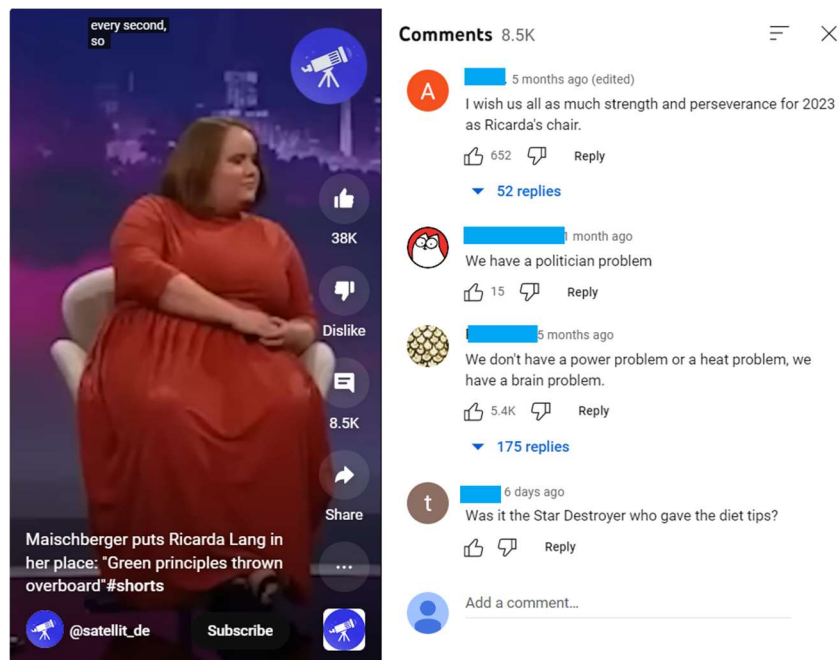


Abbildung 4: YouTube Shorts Clip mit Ricarda Lang, mit Kommentaren (automatisch vom Deutschen ins Englische übersetzt).

BmB scheint die frauenfeindlichen Kommentare einiger Zuschauer:innen, die sich speziell gegen Politikerinnen der Grünen richten, zumindest implizit zu unterstützen. Beispielsweise wurde in einem [TikTok-Clip](#), der Katrin Göring-Eckardt (Vizepräsidentin des Deutschen Bundestages) zeigt, Bezug darauf genommen, dass sie einst als Küchenhilfe gearbeitet habe, bevor sie in die Politik ging. Ihr wurde vorgeschlagen, dass sie vielleicht noch Zeit hätte, „zurück in die Küche zu gehen“.

Obwohl negative Darstellungen der Grünen bei Weitem am häufigsten vorkommen, gibt es auf BmB auch einige positive Inhalte über deutsche Politiker:innen. Mehrere Abgeordnete der rechtsextremen Partei AfD, wie die Parteispitze um Alice Weidel und Tino Chrupalla oder [Markus Frohnmaier](#) aus dem extrem rechten Flügel der AfD, sowie die linkspopulistische Politikerin Sahra Wagenknecht sind in BmB-Formaten zu sehen. Sie werden als weitsichtige Stimmen der Vernunft porträtiert, in der Debatte über den Einmarsch in die Ukraine.

Geleakte russische Regierungsdokumente, die die [Washington Post im Mai 2023 veröffentlichte](#), beschreiben einen Plan des Kremls, eine Koalition aus rechts- und linksextremen Elementen in Deutschland aufzubauen und zu fördern, die sich gegen die fortgesetzte militärische Unterstützung der Ukraine ausspricht. Die Förderung positiver Wahrnehmungen relevanter politischer Persönlichkeiten in den sozialen Medien könnte zur Unterstützung dieses umfassenderen Zieles nützlich sein.

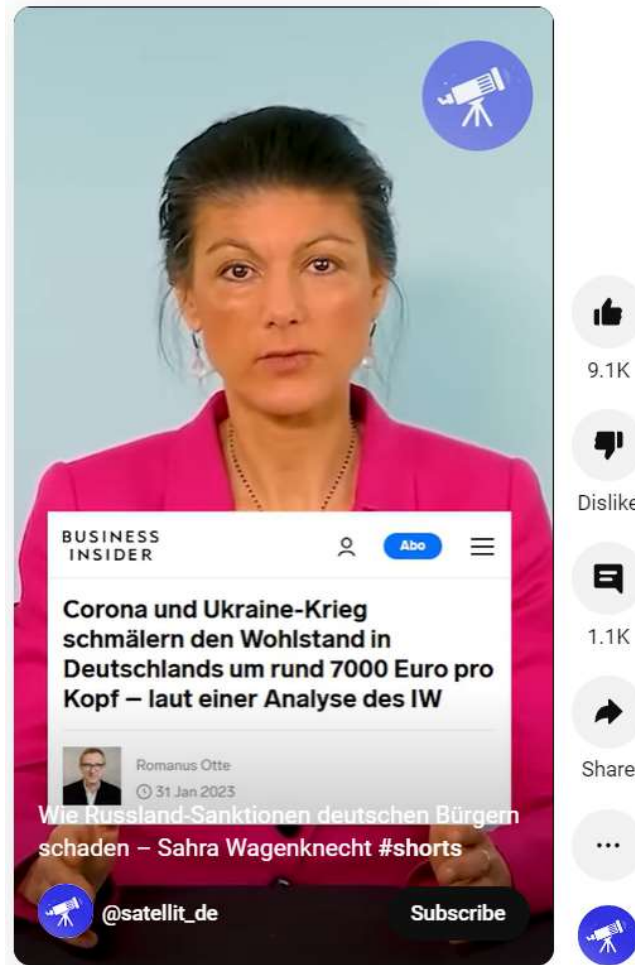


Abbildung 5: YouTube-Kurzfilm mit Sahra Wagenknecht, die postuliert, dass die Sanktionen gegen Russland den Deutschen schaden.

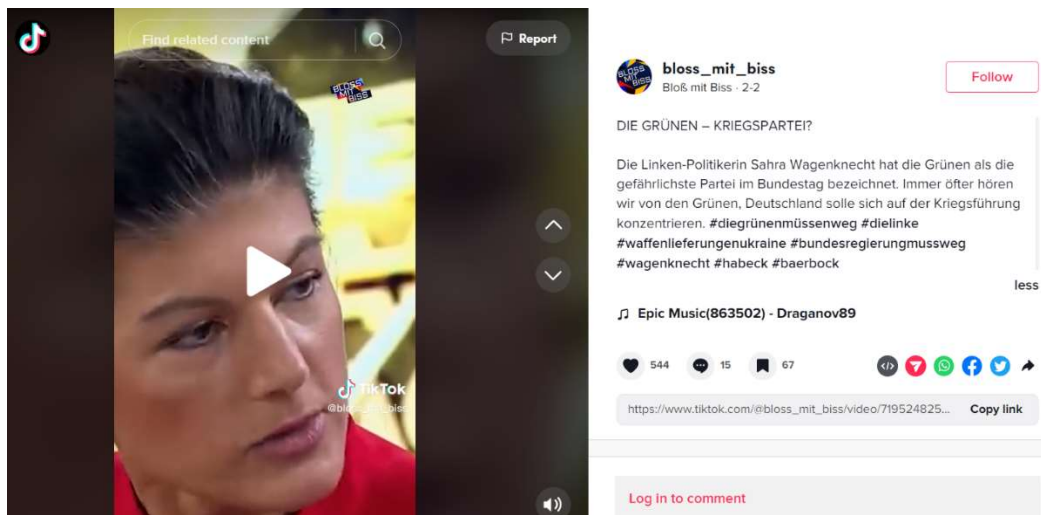


Abbildung 6: TikTok-Clip mit Wagenknecht, die die Grünen wegen ihrer Unterstützung für die Ukraine als "die gefährlichste Partei in der deutschen Politik" bezeichnet. Die Beschreibung enthält den Hashtag #diegrünenmüssenweg, ein Hashtag, der häufig von BmB-Konten verwendet wird.

## Entwicklung der Strategien russischer Staatspropagandist:innen

Diese Kampagne zeigt mehrere Entwicklungen in der Evolution russischer Staatspropaganda angesichts der Sanktionen, die nach der russischen Invasion der Ukraine im Februar 2022 verhängt wurden.

Erstens stellt sich dar, wie einfach es für russische staatlich-gelenkte Akteur:innen ist, selbst für ein so bekanntes Medium wie Sputnik, Sperrung durch [Plattformen](#) zu umgehen, indem einfach neue Namen und Logos gewählt werden. SNA reagierte auf seine Sperrung durch YouTube zunächst abwartend, um dann einen neuen Kanal einzurichten, diesem den auffallend unsubtilen Namen "Satellit" zu geben (die deutsche Übersetzung von "Sputnik"), und durch öffentliches Posting sein Publikum zu ermutigen, dem neuen Kanal zu folgen – mit Erfolg.

Die anschließende Gründung von BmB als Unterkanal ermöglicht es SNA, sich weiter von der Marke Sputnik und ihrer Zugehörigkeit zum russischen Staat zu distanzieren. Diese Verschleierungen sind nicht schwer nachzuvollziehen. Aber sie erfordern ein gewisses Maß an Wachsamkeit und ein anhaltendes Engagement der Social-Media-Plattformen, um die von ihnen verhängten Banne tatsächlich durchzusetzen, was derzeit nicht der Fall zu sein scheint.

Zweitens zeigt sich, welche relativen Erfolge russische Propagandist:innen mit dem Kurzvideoformat erzielen können. Auf YouTube Shorts, Instagram und TikTok haben BmB und Satellit jeweils mehrere zehn Millionen Aufrufe erzielt. BmB ist nicht das einzige Netzwerk dieser Art; die Umstellung auf Kurzvideos scheint eher eine breit angelegte Strategie staatlicher Akteur:innen zu sein, als eine einmalige Aktion.

Trotz des relativ begrenzten Zuganges, den Forscher:innen zu algorithmischen Daten haben, ist es eindeutig, dass TikTok und YouTube Shorts von [besonders aggressiven Empfehlungsalgorithmen](#) gesteuert werden. Dies macht es wahrscheinlich, dass den Nutzer:innen, die mit den Inhalten von BmB interagieren, anschließend ähnliche Videos empfohlen werden, die dieselben Themen wiederholen, z. B. Anti-Grünen- oder Pro-Kreml-Inhalte. Dadurch wird eine Form der indirekten potenziellen Einflussnahme erschaffen, die über die Auseinandersetzung mit der ursprünglichen staatlich geförderten Operation hinausgeht.

Schließlich bietet die Untersuchung dieser Kanäle einen nützlichen Einblick in die Narrative und Taktiken, mit denen Russland versucht, das deutsche Publikum zu beeinflussen. Grundsätzlich scheint das Ziel darin zu bestehen, die Unterstützung für die deutsche Regierungskoalition im Allgemeinen und die Grünen im Besonderen zu untergraben, als Reaktion auf deren wirtschaftliche und materielle Unterstützung für die Ukraine. Da solche Kampagnen weiterhin darauf abzielen, die europäische Bevölkerung ins Visier zu nehmen, ist es zwingend erforderlich, dass die sozialen Medienplattformen sich verpflichten, ihre bestehenden Beschränkungen für russische Staatspropaganda und Desinformation durchzusetzen.