

Die Werbeagentur Scholz & Friends (S & F) erhielt nach Angaben von FragDenStaat.de einen vierjährigen Vertrag über 22 Millionen Euro für die „Konzeption und Durchführung von Kommunikationsdienstleistungen“ im Zusammenhang mit der bundesweiten Corona-Kommunikation. Zu den Aufgaben gehört auch „das permanente Monitoring der Social Media-Kommunikation, um schnell in Echtzeit auf Falschmeldungen und aktuelle Entwicklungen reagieren zu können.“

Fallen auch Ihnen die zahllosen aggressiven Leser-Kommentare auf, die den Staat für seine Maßnahmen, vor allem für die Lockdowns, vehement in Schutz nehmen? Es gibt kaum Nachfragen, keine Neugier, keine Überlegung, wer für den Schaden durch die Lockdowns aufkommen soll. Stets ertönen dieselben Klagen über mangelnde Solidarität und den Egoismus der „Freigänger“. Spiegelt sich in den Kommentaren wirklich die geistige Verfassung der Menschen im Jahr 2020 wider? Woher kommt die Wut auf Kritiker der Corona-Maßnahmen?

Leserbriefe haben einen großen Einfluss auf die Meinungsbildung. Das weiß natürlich auch die Bundesregierung. Sie ist nicht so doof, wie sie bisweilen in Erscheinung tritt. Weil sie viel vorausschauender denkt (Merkel: „Selbst ich, die ich nicht Latein gelernt habe, habe mir das gemerkt: „[Alles vom Ende her denken](#).“) als man bei den hoppla-hopp-Entscheidungen für Lockdowns meinen könnte, hat die Regierung bereits im Frühjahr 2020 vorgedacht und eine Werbeagentur mit der Wahrung der Staatsinteressen beauftragt. Die Agentur schuf den Slogan den die Bevölkerung verinnerlichen sollte: #wirbleibenzuhause.“

Der Agentur-Vertrag läuft über 4 Jahre bis 2024. Es verhält sich also nicht so, dass die Bundesregierung keinen Plan hat, was ihr Kritiker vorwerfen – sie versteht unter Plan nur etwas völlig anderes als wir.

Das propagandistische Meisterwerk des Regierungsplans besteht darin, die Bevölkerung dazu zu bringen, die Einschränkungen ihrer Grundrechte und ihrer Bewegungsfreiheit zu akzeptieren. Das scheint nach einem Jahr der Maßregelungen, Bevormundungen und Bestrafungen, der Zerstörung von Existenzen und der Grausamkeiten gegenüber Kindern und alten Menschen noch immer zu gelingen. In Tausenden von Leserbriefen wird erschreckend deutlich, dass die Maßnahmen für viele Leser nicht streng genug und die Strafen für Menschen, die sich den „Regeln“ nicht fügen, nicht hoch genug sein können. Von Aufrufen zur Denunziation, zu Verhaftungen, bis zu Erschießungen ist alles dabei. Diese Vorschläge werden von

Facebook nicht als Aufrufe zum Hass oder zur Gewalt geahndet.

Die Gelüste nach Rache und Bestrafung der Abweichler („Coronaleugner“, „Rechtsextremisten“) folgen auf jede Veröffentlichung der Medien über Corona-Dissidenten wie ein automatisierter Reflex. Ein Erfolg von Bots, Computerprogrammen, die weitgehend automatisch sich wiederholende Aufgaben abarbeiten, ohne dabei auf eine Interaktion mit einem menschlichen Benutzer angewiesen zu sein? Oder spiegelt sich in den Kommentaren wirklich die geistige Verfassung der Menschen im Jahr 2020/2021 wider? Woher kommt die Wut auf Kritiker der Corona-Maßnahmen?

Frag den Staat

Die Spur der wachsenden Aggression in der Bevölkerung führt direkt zur Bundesregierung.

Die Online-Plattform FragDenStaat.de hat sich am 12. April 2020 erstmals mit einer [Anfrage](#) an das Bundesministerium für Gesundheit (BMG) gewandt. Auf Basis des Informationsfreiheitsgesetzes sowie anderer Gesetze hat die Internetplattform grundsätzlich die Möglichkeit, Anfragen an Behörden zu stellen. Sie hat dementsprechend einen Antrag auf Zugang zu amtlichen Informationen gestellt. FragDenStaat.de wollte von dem Gesundheitsministerium wissen, welche PR-Agenturen die Kampagnen bzgl. Corona (SARS-CoV-2 bzw. Covid-19) die Bundesregierung bzw. Ihr Ministerium bisher beraten bzw. entwickeln, in welchem Umfang dies geschieht und wer sie inhaltlich berät?

MARCUS HERNIG
**DIE RENAISSANCE
DER SEIDENSTRASSE**
DER WEG DES CHINESISCHEN
DRACHENS INS HERZ EUROPAS



FBV
TICHTYSREINBLICK

Storchmann Medien

AM 23. April erhielt FragDenStaat.de die Antwort des Bundesministeriums für Gesundheit.

Von [Bundesministerium für Gesundheit](#)
Betreff **WG: Bundesweite Kommunikation bzgl. Corona [#184465]**
Datum [23. April 2020 11:44](#)
Status Anfrage abgeschlossen

Melden

Sehr geehrte Frau Schröder,

die Unterstützung bei der Konzeption und Durchführung von Kommunikationsdienstleistungen erfolgt nach Durchführung einer europaweiten Ausschreibung seit 1. April diesen Jahres durch die Agentur Scholz & Friends Berlin GmbH in Berlin. Das Auftragsvolumen wurde zum Zeitpunkt der Ausschreibung auf 22.000.000 EUR für die Dauer von 4 Jahren geschätzt.

In dem Jahr zuvor war der Auftrag an die Bietergemeinschaft KOMPAKTMEDIEN Agentur für Kommunikation GmbH & VALID Digitalagentur GmbH vergeben.

Mit freundlichen Grüßen

Aus der Antwort des Bundesministeriums geht hervor, dass das Bundesministerium

für Gesundheit die Werbeagentur Scholz & Friends (S & F) mit einer bundesweiten Mobilisierungs- und Informationskampagne [beauftragt](#) hat. Die Agentur gehört laut Wikipedia seit April 2011 zur WPP Group, einem britischen Marketing- und Medienkonzern.

Weiterhin bestätigt das Bundesministerium in seiner Antwort, dass bereits vor dem 1. April in einer europaweiten Ausschreibung Unterstützung für die „Konzeption und Durchführung von Kommunikationsdienstleistungen“ bezüglich Corona gesucht wurde.

Den Auftrag erhielt die Werbeagentur Scholz & Friends, die ab dem 1. April 2020 insgesamt **22 Millionen Euro für die Dauer von 4 Jahren** erhält.

Bis zum 1. April vertraute die gutwillige Bevölkerung noch darauf, dass der Lockdown spätestens zu Beginn der Osterferien beendet sein würde. Am Tag des Vertragsbeginns, am 1. April, [verkündete](#) die Bundeskanzlerin, die Menschen in Deutschland sollen über Ostern wegen der Corona-Pandemie auf Reisen und Besuche verzichten. Merkel und die Ministerpräsidenten verlängerten die Ausgangsbeschränkungen bis zum 19. April. Nur wenige Tage später wurde die Bevölkerung auf Ende April getröstet, dann auf den Sommer, danach auf den Herbst – sie spielt bis zum heutigen Tag noch immer beim Corona-Dauer-Jojo mit.

Eingriffe in die Social Media-Kommunikation

Die Werbeagentur Scholz & Friends [stellt ihr Konzept auf ihrer Website vor](#): „Alle Informations- und Hilfsangebote werden zentral auf der Website **zusammengegencorona.de** gebündelt, die Scholz & Friends gemeinsam mit der Schwesteragentur deepblue networks konzipiert hat und redaktionell betreut.“

Eines der Produkte der Werbefirma ist die Kampagne **#wirbleibenzuhause**. Die Werbung erschien in den sozialen Medien, in Tageszeitungen, auf digitalen Out of Home-Flächen sowie in bundesweiten TV- und Hörfunk-Spots. Sie soll nach Angaben des Unternehmens zukünftig entsprechend der aktuellen Corona-Situation weiterentwickelt werden.

Eine ganz andere Dimension und einen direkten Eingriff in die Willensbildung der Bevölkerung ist die Ankündigung der Werbeagentur, eine permanente Kontrolle und ein Eingreifen in die Kommunikation in den sozialen Medien durchführen zu wollen:

„Zu den Aufgaben gehört auch das permanente Monitoring der Social Media-Kommunikation, um schnell in Echtzeit auf Falschmeldungen und aktuelle Entwicklungen reagieren zu können.“

In Verbindung mit dem [Strategiepapier der Bundesregierung „Wie wir COVID-19 unter Kontrolle bekommen“](#) ist die Absicht der Bundesregierung offenkundig, der Bevölkerung bei der Wahl der Mittel zum Schutz der Gesundheit keinerlei Wahlfreiheit zu lassen. Es ist nicht übertrieben zu sagen, dass die Demokratie mit der Zustimmung des Bundestags zum [Ermächtigungsgesetz](#) am 18. November 2020 gestorben ist. Die offizielle Bezeichnung des Gesetzes lautet: [„Drittes Gesetz zum Schutz der Bevölkerung bei einer epidemischen Lage von nationaler Tragweite“](#) oder beschönigend „Bevölkerungsschutzgesetz“.

Die Volkserziehung durch die Regierung mit Hilfe von Internet-Söldnern, bekannten Influencern und [Zensoren](#) bei Facebook, Youtube und Twitter ist eine moderne Variante staatlicher Gesinnungsmanipulation.

Alle Anzeichen deuten darauf hin, dass eine Aufhebung der „Feststellung der epidemischen Lage von nationaler Tragweite“ und somit ein Ende der Maßnahmen auf lange Sicht nicht geplant ist. Das Infektionsschutzgesetz sieht eine Terminierung des Beschlusses über die „epidemische Lage von nationaler Tragweite“ zum 31. März vor. Bis dahin muss der Bundestag neu über die Lage entscheiden. Mit nichtssagenden, aber beeindruckenden und steigenden „Inzidenzzahlen“ treibt die Bundesregierung die Parlamentarier vor sich her und wahrscheinlich in eine weitere Verlängerung der selbstmörderischen Coronapolitik hinein.

Wir wissen nicht, welche Kommentare in den sozialen Medien aus der mit Steuermitteln bezahlten Corona-Propaganda-Werkstatt stammen. Vielleicht sind es diese Posts aus dem Oktober 2020:

„Die Scharlatane und die Märchenerzähler, die immer noch so tun, als hätten wir kein Corona-Problem sind Teil des Problems und tragen zu einem Lockdown bei. Lockdowns sind der letzte Ausweg, eine außer Kontrolle geratene Situation wieder einzufangen. Niemand kann das wollen, deshalb dürfen wir nicht die Fehler anderer Länder wiederholen, in denen zu viele Menschen, die Coronaregeln nicht Ernst genommen haben.“ (Zeit-Online)

Oder ein Loblied auf Karl Lauterbach (SPD): „Danke, für die klaren Worte und für

Ihre stets fundierte Sachlichkeit in der Einschätzung der Lage, Professor Lauterbach. Sie sind wirklich ein Lichtblick im derzeitigen Dickicht der Ungereimtheiten rund um die Pandemie. Es ist gut, dass Sie als Mediziner und Politiker für uns in Deutschland tätig sind. Auf Sie ist Verlass. Vielen Dank!“ (Tagesschau)

Es sollte niemanden mehr überraschen, dass ausgerechnet der Bundestag, dessen wichtigste Aufgabe die Kontrolle der Bundesregierung ist, am 2. Juli einen Betrag von **220 Millionen Euro** zur Unterstützung der Zeitungs- und Zeitschriftenverlage [freigegeben](#) hat. Der Betrag soll zur „Förderung der digitalen Transformation des Verlagswesens“ dienen.

Faina Faruz



Werbung

