

Ein Einblick in die Propagandaabteilung der israelischen Armee

Psychologische Kampagnen, gezielte Indiskretionen, exklusiver Zugang für Reporter:innen: Soldat:innen und Journalist:innen enthüllen, wie die Pressestelle der israelischen Streitkräfte den öffentlichen Diskurs steuert und Israels Narrativ im Ausland verbreitet.

Illy Pe'ery, 972mag.com, 08.04.26

Im Oktober 2023 wurde Gili zum Reservedienst in der Pressestelle der israelischen Streitkräfte einberufen und dem Nordkommando zugeteilt. In den Tagen nach den Angriffen der Hamas, als sich die öffentliche Aufmerksamkeit in Israel auf die Verwüstungen im Süden richtete, begann die Hisbollah, Raketen und Panzerabwehrraketen auf Nordisrael abzufeuern.

Unter Verwendung eines in den USA registrierten Kontos wurde ein YouTube-Kanal namens *Fact Check* eingerichtet, der sich erneut als „gemeinnützige Nachrichtenorganisation“ präsentierte. Am nächsten Tag folgte ein Instagram-Konto unter demselben Namen. In Wirklichkeit war es die Pressestelle der israelischen Streitkräfte, die diese Kanäle ins Leben gerufen und betrieben hatte.

„Wir arbeiteten in 12-Stunden-Schichten in einem unterirdischen Einsatzraum, während die Soldaten in den Außenposten in Angst und Schrecken lebten, aber wir konnten nicht vermitteln, dass der Norden in Flammen stand“, erinnerte sie sich. „Wir haben die Lage an der Nordfront heruntergespielt, um keine Panik in der Bevölkerung auszulösen, obwohl dort ständig Raketen abgefeuert wurden. Es gab zwar nicht so viele Todesopfer wie im Süden, aber ich erinnere mich, dass ich das Gefühl hatte, wir würden ein verzerrtes Bild vermitteln: Wir haben viel mehr Stärke als Schwäche gezeigt.“

Diese Erfahrung ließ Gili, die darum gebeten hatte, ein Pseudonym zu verwenden, das System, dem sie jahrelang gedient hatte, infrage stellen. „Es war immer einfach zu sagen: ‚Die israelische Armee ist auf jedes Szenario vorbereitet‘“, fuhr sie fort. „Wer waren wir, dass wir das infrage stellen durften? Aber in Wirklichkeit war das Blödsinn.“

„Das sieht man jetzt auch am Beispiel des Iran: Der Fokus liegt fast ausschließlich auf der überwältigenden Macht der Armee, und kaum darüber hinaus“, erklärte sie. „Es beruhigt mich nicht, wenn mir erzählt wird, wie hart die israelische Armee zuschlägt oder dass sie die Luftüberlegenheit über Teheran hat. Letztendlich werden immer noch ballistische Raketen auf uns abgefeuert, und es gibt keinen normalen Alltag.“ „Es gibt zwar Luftabwehrsysteme, aber auf zehn erfolgreiche Abfangversuche kommen auch direkte Treffer.“

Auf die Frage, wem sie heute noch glaube, antwortete Gili ohne zu zögern: „Niemandem. Weder dem Sprecher der israelischen Streitkräfte noch den Militärkorrespondenten. Das sind alles nur Sprachrohre.“

Im Gespräch mit dem israelischen Investigativmedium *The Hottest Place in Hell* wiesen Soldat:innen der Pressestelle der israelischen Streitkräfte sowie Militärkorrespondent:innen israelischer Publikationen auf ein systematisches Muster hin: einen obsessiven Drang, den öffentlichen Diskurs zu kontrollieren, die Bevorzugung „gefügiger“ Journalist:innen bei gleichzeitiger Ausgrenzung und Bestrafung kritischer Journalist:innen und vor allem eine Organisationskultur der Täuschung.

Wie *The Hottest Place in Hell* kürzlich enthüllte, betrieb die Pressestelle der israelischen Armee in den ersten 14 Monaten des israelischen Krieges im Gazastreifen zudem eine verdeckte Kampagne psychologischer Manipulation, die darauf abzielte, die öffentliche Meinung in Israel und im Ausland zu beeinflussen. Parallel zu diesen Einflussnahmen hatte die Einheit die Aufgabe, Bildmaterial vom Angriff der Hamas am 7. Oktober auf israelische Ortschaften in der Nähe des Gazastreifens aufzubereiten und zu verbreiten.

Aussagen zufolge sammelten Soldat:innen große Mengen an Bildmaterial – darunter auch Aufnahmen, die von Hamas-Kämpfern gedreht worden waren – und bereiteten es für eine schnelle Verbreitung auf Social-Media-Plattformen auf. Dieser Prozess gipfelte in *Bearing Witness to the October 7 Massacre*¹ oder dem, was in Israel als „Grausamkeitsvideo“ bekannt wurde: einer 47-minütigen Zusammenstellung von Rohmaterial, produziert unter der Aufsicht von Major (a. D.) Yuval Horowitz, dem Leiter der Abteilung für Kampagnen.

„Es war wie im Wilden Westen – es gab keinerlei Zensur“, sagte ein Soldat, der in dieser Einheit gedient und an dem Film mitgearbeitet hatte. „Wir wurden mit Material überschüttet und haben uns alles angesehen. Ich stand unter Schock, aber gleichzeitig lastete der Druck auf mir, so viel wie möglich zu verbreiten – es war wie bei einer Werbekampagne in den sozialen Medien: Was funktioniert? Was nicht? Was erregt Aufmerksamkeit?“

„Der Sprecher der israelischen Streitkräfte lügt“, sagte ein erfahrener Militärkorrespondent gegenüber *The Hottest Place in Hell*. „Manchmal geht es darum, Daten zu manipulieren, aber letztendlich ist es die Öffentlichkeit, die davon überrascht wird.“

„Zu Beginn der ‚Operation Roaring Lion‘“, fuhr er fort und bezog sich dabei auf den aktuellen Krieg mit dem Iran, „gab die Armee an, 70 Prozent der iranischen Raketenabschussrampen zerstört zu haben.“ Wir haben das überprüft und schnell festgestellt, dass es nicht stimmte – manchmal trafen sie Tunneleingänge und nicht die Abschussrampen selbst, oder die Abschussrampen feuerten weiter, obwohl sie angeblich „zerstört“ waren. In den großen Medien stellt das niemand in Frage. Aber wenn der Krieg endet und immer noch Raketen abgefeuert werden, wird die Öffentlichkeit nicht verstehen, wie das möglich ist.“

Nach fast zweieinhalb Jahren ununterbrochener Kriegshandlungen scheint das Vertrauen der israelischen Öffentlichkeit in die Darstellung der Armee zu schwinden. Zwischen den Sirenen fragen sich immer mehr Israelis: Erreichen wir wirklich das, was uns versprochen wurde? Und wenn ja, warum rennen wir dann immer noch in die Schutzräume?

Die Entwicklung einer verdeckten Einflussnahme

Am 29. Oktober 2023 erschien auf *WhatsApp* eine Gruppe 2 mit dem Titel *Fact Check – Tägliche Inhalte*. In der englischen Beschreibung wurde die Initiative als neutrale Bildungsinitiative dargestellt: „eine gemeinnützige Organisation, die sich dafür einsetzt, Schülern Informationen und Fakten über den andauernden Krieg zwischen Israel und der Terrororganisation Hamas zu vermitteln.“

Zwei Wochen später, am 12. November, wurde unter Verwendung eines in den USA registrierten Kontos ein YouTube-Kanal 3 namens *Fact Check* eingerichtet, der sich erneut als „gemeinnützige Nachrichtenorganisation“ präsentierte. Am nächsten Tag folgte ein Instagram-Konto 4 unter demselben Namen.

Wie *The Hottest Place in Hell* kürzlich aufdeckte, war es in Wirklichkeit die Pressestelle der israelischen Streitkräfte, die diese Kanäle ins Leben gerufen und betrieben hatte. Diese Propagandakampagne lief von Oktober 2023 bis Dezember 2024 unter dem Deckmantel einer unabhängigen, gemeinnützigen Medieninitiative, die sich als „Faktencheck“-Plattform präsentierte. In dieser Zeit wurden Dutzende von Videos, die die Sichtweise des israelischen Militärs vertraten, produziert und verbreitet ohne die Urheberschaft offenzulegen.

Keinem der Kanäle gelang es, eine große Abonnentenbasis zu gewinnen. Im Rahmen dieser Aktion wurden jedoch Dutzende israelischer und pro-israelischer internationaler Influencer gewonnen, um die vom Militär koordinierten Botschaften zu verbreiten, darunter Noa Tishby und Sarai Givaty sowie weitere Persönlichkeiten aus jüdischen Gemeinschaften im Ausland. Die Inhalte wurden über *WhatsApp*, *YouTube* und *Instagram* verbreitet und erreichten Millionen von Zuschauer:innen.

In den Videos wurden verschiedene Argumente vorgebracht, die eng mit der offiziellen israelischen Propaganda übereinstimmten. Dazu gehörten Behauptungen 5, wonach Juden aufgrund ihrer historischen Verbindungen zum biblischen Königreich Juda nicht als Kolonisatoren in Palästina betrachtet werden können, während „Araber“ die wahren „Kolonisatoren des Landes“ seien; Behauptungen 6, wonach Israels Vorgehen im Gazastreifen keinen Völkermord darstelle; sowie Verteidigungsargumente 7 gegen Vorwürfe von Kriegsverbrechen gegen Israel vor dem Internationalen Gerichtshof.

„Die Kanäle [auf YouTube, WhatsApp und Instagram] richteten sich an ein ausländisches Publikum und präsentierten sich als objektiv und unabhängig von Israel“, erklärte ein an der Produktion der Videos beteiligter Soldat in einem Interview mit *The Hottest Place in Hell*. „Aber alles wurde innerhalb unserer Abteilung erstellt und diente eindeutig der israelischen Sichtweise.“

„Die Abteilung für Kampagnen ist der Bereich mit den meisten moralischen Grauzonen innerhalb der Pressestelle der Armee“, fuhr der Soldat fort. „Zunächst schien es dringend notwendig, der Welt zu zeigen, was wir durchgemacht hatten. Doch schon sehr bald änderte sich das.“ „Gaza wurde dem Erdboden gleichgemacht, und die Darstellung der Ereignisse, die in den ersten Wochen vielleicht noch gegolten hatte, begann sich aufzulösen. Als ich aus dem Dienst entlassen wurde, empfand ich eine tiefe Abscheu darüber, dass ich daran beteiligt gewesen war.“

Die Untersuchung deutet darauf hin, dass es sich hierbei nicht um eine vereinzelte Initiative handelte, sondern um Teil eines umfassenderen Musters psychologischer Manipulationen durch die Pressestelle der israelischen Armee.

Im Mai 2021, während der vom israelischen Militär als *Operation Guardian of the Walls* bezeichneten Militäroperation, startete die Kampagnenabteilung der Einheit eine Social-Media-Initiative unter dem Hashtag *#GazaRegrets*, 8 mit dem Ziel, die Unterstützung der israelischen Öffentlichkeit für die Militäraktionen im Gazastreifen zu stärken. Im Rahmen des Projekts betrieben Soldat:innen gefälschte Konten, auf denen sie Bilder von israelischen Luftangriffen im Gazastreifen zusammen mit dem *Hashtag* teilten, während sie mit Social-Media-Konten von Anhänger:innen von Ministerpräsident Benjamin Netanjahu und anderen rechten Politiker:innen interagierten – und das alles, ohne ihre Zugehörigkeit zum Militär offenzulegen.

Nach einer Untersuchung der Zeitung *Haaretz* 9, die diese Kampagne aufdeckte, räumte die Armee ihre Beteiligung ein und bezeichnete sie als „Fehler“. Die Erkenntnisse von *The Hottest Place in Hell* deuten jedoch darauf hin, dass in den folgenden Jahren weiterhin ähnliche Methoden angewendet wurden.

Die „Zuckerbrot-und-Peitsche-Strategie“ der Armee

Die Pressestelle der israelischen Streitkräfte fungiert als wichtigste Schnittstelle zwischen der Öffentlichkeit und dem Militär, vermittelt durch die Presse. Um Informationen zu erhalten, Angaben zu überprüfen oder Militärangehörige zu interviewen, müssen Journalist:innen sich an die Pressestelle wenden – was dieser eine Macht verleiht, die laut Journalist:innen und Soldat:innen, die mit *The Hottest Place in Hell* gesprochen haben, oft missbraucht wird, um die Berichterstattung in den Medien und damit auch die Wahrnehmung der israelischen Öffentlichkeit gegenüber der Armee zu verzerren.

Roni trat 2019 in die israelische Armee ein und diente in dieser Einheit. Wie viele andere wurde auch sie nach dem 7. Oktober als Reservistin einberufen und übernahm abwechselnd verschiedene Aufgaben, darunter die Beantwortung von Journalistenanfragen und die Verteilung von Kurzinformationen. „Es war fast schon süchtig machend“, erinnerte sie sich. „Das Ausmaß der Verantwortung hat mich sehr in den Bann gezogen. Ich war 24/7 erreichbar – und erhielt ständig Anrufe. Ich hatte das Gefühl, etwas Großes zu leisten.“

Die Einheit ist auf mehrere Abteilungen in verschiedenen Divisionen und Dienststellen der Armee verteilt. Die Pressesprecher:innen vor Ort – in der Regel Offiziere im Rang eines Hauptmanns oder Majors – sind in Kommandos und Brigaden eingebunden und für die Beantwortung von Medienanfragen zuständig.

Wenn beispielsweise ein:e Journalist:in Informationen zu einem Vorfall in der Westbank anfordert, leitet die Zentrale die Anfrage an das Sprecherteam des Zentralkommandos weiter, das die Einzelheiten bei den zuständigen Einheiten einholt und eine offizielle Stellungnahme verfasst. Die Sprecher vor Ort haben zudem die Aufgabe, innerhalb ihrer Einheiten „Geschichten“ zu identifizieren, die den Medien angeboten werden können, und fungieren damit im Wesentlichen als PR-Abteilung.

Die bekannteste Aufgabe der Abteilung ist jedoch ihre medienbezogene Funktion, wobei spezialisierte Abteilungen für Fernsehen, Print, digitale Medien und Radio zuständig sind. Wenn Journalist:innen eine Stellungnahme zu ihrem Artikel einholen möchten, wenden sie sich in der Regel an die für ihre Plattform zuständige Abteilung – mit Ausnahme einer ausgewählten Gruppe von 16 israelischen Reportern, die der sogenannten „Korrespondenzzelle“ angehören.

„Die Mitglieder der Zelle erhalten exklusive Briefings, Konferenzen, Hotlines und Sonderveranstaltungen“, erklärte Roni. „Es gab Reporter und Medien, die jahrelang keinen Zutritt erhielten, und andere wurden in weniger prestigeträchtige Abteilungen versetzt – beispielsweise vom nationalen InterRadio-Redaktionsbereich in den für lokale Medien –, weil sie der israelischen Armee kritisch gegenüberstanden.“ „Ich war nicht auf der Ebene, auf der diese Entscheidungen getroffen wurden, aber oft kam es auf die Einstellung eines Reporters uns gegenüber an – es ist ein System des Gebens und Nehmens.“

Ein Journalist erzählte *The Hottest Place in Hell*, dass seine Berichterstattung manchmal berufliche Nachteile mit sich brachte. „Ich stand der Armee sehr kritisch gegenüber, und das gefiel ihnen gar nicht. Leute aus dem Militär sagten mir, meine Kritik sei übertrieben, sogar Leute aus der Pressestelle“, sagte er. Er wurde jahrelang von der Einheit boykottiert, bis seine Zeitung Druck ausübte und die Armee dazu zwang, ihn in die Zelle aufzunehmen.

„Als ich der Korrespondenzzelle beitrug, wurde mir klar, dass das noch nicht alles war – innerhalb der Gruppe gibt es ‚Kasten‘, [mit] einer klaren Priorisierung weniger kritischer Reporter“, fuhr

er fort. „Fernsehreporter werden bevorzugt behandelt, insbesondere diejenigen, die als mit der Darstellung der israelischen Armee übereinstimmend gelten. Die Hierarchie ist deutlich zu sehen: Bei Zoom-Pressekonferenzen nehmen einige prominente Reporter beispielsweise gar nicht teil, veröffentlichen die Informationen aber trotzdem, was bedeutet, dass sie diese im Voraus erhalten haben.“ „Die Pressestelle der israelischen Streitkräfte arbeitet nach dem Prinzip von Zuckerbrot und Peitsche“, sagte ein weiterer hochrangiger Militärkorrespondent, der anonym bleiben wollte. „Wer sie kritisiert, wird bestraft.“

Yaniv Kubovich, Militärkorrespondent bei *Haaretz*, hat mehrere bedeutende Enthüllungsberichte aus Kriegszeiten verfasst. Im Gespräch mit *The Hottest Place in Hell* erklärte er, dass das Hauptziel der Einheit, als er die Pressestelle der israelischen Streitkräfte um Stellungnahme bat, darin bestand, die Veröffentlichung zu verhindern – und nicht, korrekte Informationen zu liefern.

„Ich habe mich mit allem, was ich hatte, an sie gewandt, aber sie waren nur darauf bedacht, mich dazu zu bringen, die Geschichte fallen zu lassen, und eine Antwort zu vermeiden“, sagte er. „Nach dem 7. Oktober und all den traumatischen Erlebnissen unternimmt die Armee alles in ihrer Macht stehende, um Berichte zu unterdrücken, die Versäumnisse, ethische Probleme oder Mängel in der Führung aufdecken, anstatt zu untersuchen, was tatsächlich geschehen ist. In diesem Sinne ist sie zu ihrer alten Arroganz zurückgekehrt: dem Glauben, dass niemand sie über die Presse kritisieren kann.“

Kubovich, ein langjähriges Mitglied der Korrespondenzzelle, beschrieb diese in erster Linie als Instrument der Kontrolle. „Die Beziehung zwischen dem Sprecher der israelischen Streitkräfte und der Korrespondenzzelle ist absurd. Die Abhängigkeit ist absolut“, sagte er. „Dadurch können sie entscheiden, wann wir sprechen und mit wem.“

„Wir befinden uns schon so lange im Krieg, und wir haben den Stabschef vielleicht zweimal getroffen. Seit [Stabschef Eyal] Zamir sein Amt angetreten hat, haben wir den Chef des Südkommandos noch nicht ein einziges Mal getroffen – obwohl es sich um die kritischste Front handelt. Er weigert sich, kritische Reporter zu empfangen, weil dies der Moral schaden könnte.“

Gezielte Indiskretionen und exklusiver Zugang

Während ihrer Amtszeit war Roni an der Entscheidung beteiligt, ob und wie auf Journalist:innen reagiert werden sollte. „Wenn wir uns entschieden, nicht zu antworten, ging es oft um sehr problematische Berichte, aber auch um Journalisten, mit denen wir lieber keinen Kontakt aufnehmen wollten“, sagte sie. Eine weitere Vorgehensweise bestand darin, Informationen gezielt durchsickern zu lassen – oder, wie Roni es ausdrückte, dafür zu sorgen, dass „bestimmte Materialien von einem Medium veröffentlicht wurden und von einem anderen nicht“.

Dies war im Dezember 2024 der Fall, als sich die Pressestelle der israelischen Streitkräfte zwei Wochen lang weigerte, zu erklären, wie Aktivisten von *Uri Tsafon* – einer israelischen Gruppe, die sich für die Besiedlung des Südlibanon einsetzt – ungehindert auf libanesisches Gebiet gelangen konnten. Nachdem die Pressestelle zunächst bestritten hatte, dass Zivilisten die Grenze überschritten hätten, änderte sie ihre Haltung und gab die Informationen an Doron Kadosh, den Militärkorrespondenten des israelischen Armeeradios, weiter. Kadosh griff daraufhin die Darstellung der Armee auf, wonach es sich um einen „schwerwiegenden Vorfall handele, der derzeit untersucht werde“, und fügte hinzu, dass „mehrere Einsätze durchgeführt worden seien, um Durchgänge im Zaun zu blockieren“.

„Militärreporter, die nicht aus der Hand des Armeesprechers essen, verhungern“, sagte Roni. „Es ist sehr aufwendig, Quellen außerhalb des Systems zu finden, und das verschaffte uns einen großen Vorteil.“ Diese Dynamik geht über den Zugang zu Briefings oder offiziellen Stellungnahmen hinaus. Wie Roni feststellte, führen diese auf Gegenseitigkeit beruhenden Beziehungen zu Macht, Ansehen und finanziellen Anreizen.

„Letztendlich arbeiten wir für die Einschaltquoten“, sagte ein Journalist, der anonym gegenüber *The Hottest Place in Hell* sprach. „Wenn etwas passiert, wird zuerst die Zelle der Korrespondenten informiert – sie sind die Ersten, die darüber berichten. „Wenn du nicht zu dieser Gruppe gehörst, als Journalist nicht clever genug bist und deine Artikel erst 10 Minuten später als die anderen veröffentlichst, bist du irrelevant.“

Tatsächlich nutzt die Pressestelle das ihr entgegengebrachte öffentliche Vertrauen nicht nur zur Informationssteuerung, sondern auch zur Beeinflussung des wirtschaftlichen Wettbewerbs zwischen den Medien. „Die Pressestelle liefert *Channel 12* bestimmte Berichte, weil der Sender hohe Einschaltquoten hat, aber da sie ihm auch die früheren Berichte geliefert hat, beeinträchtigt sie den Wettbewerb“, merkte der Journalist an.

„Das bringt das gesamte System in eine Sackgasse“, sagte ein anderer Journalist. „Wir haben intern darüber diskutiert, ob es sich lohnt, die Redaktion anzusprechen. Aber letztendlich sehen die Eigentümer, dass die Konkurrenz solche Geschichten bekommt, und wollen das Gleiche.“ „Letztendlich geht es darum, Journalisten zu kontrollieren und Kritik zu unterdrücken.“

Der Sprecher der israelischen Streitkräfte lehnte eine Stellungnahme ab.

Lly Pe'ery ist investigative Journalistin und Redaktionsmitarbeiterin beim unabhängigen israelischen Online-Magazin „The Hottest Place in Hell“.

1. <https://forward.com/fast-forward/568689/bearing-witness-hamas-atrocities-video-idf-ajc/>
2. <https://chat.whatsapp.com/Lsp3PfRsnRRDToSVRpwpqY>
3. https://www.youtube.com/@FactCheck_Daily/videos
4. https://www.instagram.com/factcheck_daily/
5. <https://www.instagram.com/p/C453CYqIC9B/>
6. <https://www.instagram.com/p/C2IeFYTIwiX/>
7. https://www.instagram.com/p/C1-MpTOoi_L/
8. <https://www.newarab.com/news/israel-waged-propaganda-campaign-public-2021-gaza-op>
9. <https://www.haaretz.com/israel-news/security-aviation/2023-03-22/ty-article-magazine/.premium/israeli-army-conducted-online-psy-op-against-israeli-public-during-gaza-war/00000186-f972-df90-a19e-f9fff22a0000>
10. <https://www.972mag.com/israeli-settlers-syria-lebanon/>

Quelle: <https://www.972mag.com/inside-israeli-army-propaganda-wing/>

Übersetzung für Pako: A. Riesch – palaestinakomitee-stuttgart.de