

# Russen-Trolle haben Trump kaum geholfen

Eine exklusive Auswertung zeigt, dass sich die russische Desinformation nicht hauptsächlich gegen Hillary Clinton richtete.



Proteste gegen Trump in New York im Sommer 2017, IRA-Posts. Fotos: Getty Images, Facebook

Für viele US-Demokraten ist der Fall klar: Die Russen haben in die Präsidentschaftswahlen eingegriffen und **Donald Trump** ins Amt gehievt. Als neuster Beweis gelten 3517 Facebook-Werbebotschaften, die von der russischen Firma Internet Research Agentur (IRA) in den sozialen Netzwerken platziert und in den USA 32 Millionen Mal angeschaut wurden. Die Dokumente haben nichts mit dem Facebook-Datenklau von Cambridge Analytica zu tun. Die Onlinewerbung wurde von der IRA legal bei Facebook gekauft.

Das US-Repräsentantenhaus hat die Werbung veröffentlicht. Es handelt sich um die bisher grösste Sammlung von Dokumenten zur angeblichen russischen Einmischung in den US-Wahlkampf. Zielgruppe sollen vor allem konservative Wähler gewesen sein, so die Annahme. US-Bürger sollten mit Anti-Clinton-Werbung angestossen werden, Trump zu wählen.

---

Barnaby Skinner  
Leiter Datenjournalismus  
@BarJack 20.05.2018

---

## Artikel zum Thema

### Wie russische Trolle die Amerikaner beeinflussten



Die Anklageschrift der US-Justiz gegen ein Dutzend Russen listet detailliert auf, wie finzig die Aktivisten im Wahlkampf 2016 offenbar vorgingen. [Mehr...](#)

Alan Cassidy, Washington. 18.02.2018

### Russische Trolle erschaffen Twitter-Promi und narren damit die Welt

Sogar «New York Times» und BBC zitierten die Tweets von Jenna Abrams. Dahinter steckt eine Trollfabrik aus Sankt Petersburg. [Mehr...](#)

Simon Hurtz. 07.11.2017

### Wie westliche Geheimdienste Webseiten manipulieren

Russland trickst auf sozialen Medien? Der Westen nutzt die gleichen Methoden. Mustafa Al-Bassam hat es selbst erlebt, als er Ziel einer britischen Undercover-Aktion wurde. [Mehr...](#)

Jannis Brühl. 28.12.2017

---

Die Redaktion auf Twitter

## Die schwarze Bevölkerung stand im Fokus

**Lesebeispiel:** 714 Facebook-Werbungen wurden an Nutzer ausgeliefert, die in der Vergangenheit Inhalte zum Thema Martin Luther King geliked hatten.

Like-Thema	Reklamenzahl
Martin Luther King	714
Pan-Africanism	256
African-American Civil Rights Movement	180
African-American Civil Society	156
Black Nationalism	130

Quelle: <https://democrats-intelligence.house.gov>

[Grafik vergrössern](#)

Eine Analyse der Facebook-Werbung durch Tagesanzeiger.ch/Newsnet zeigt ein anderes Bild. Die Mehrheit der Werbung lässt sich weder als Pro-Trump, noch als Anti-Clinton einstufen. Sie zielte vielmehr auf US-amerikanische Minderheiten, junge Schwarze und mexikanischstämmige Amerikaner in den Bundesstaaten Missouri und Maryland. 36 Prozent der 3500 Reklamen bezogen gar Facebook-Nutzer mit ein, die das Stimmrechtsalter 18 noch nicht erreicht hatten.

### Zweck bleibt unklar

Am meisten Werbung setzten die Russen Leuten vor, die bei Facebook «Martin Luther King» geliked hatten; gefolgt von Likes zum Thema «Pan-Afrikanismus» und Likes der schwarzen Bürgerrechtsbewegung.

Der gekaufte Facebook-Post mit der grössten Reichweite bewarb «Brown Power», eine Onlineplattform, die mexikanischstämmige US-Bürger vernetzen und unterhalten will. Im Visier: Leute, die gerne Latin Hip-Hop hören und zwischen 16 und 65 Jahre alt sind.

Was die russische IRA mit der Facebook-Werbung bezwecken wollte, ist unklar. Vom Kreml gibt es laut der russischen Botschaft in Bern noch keine offizielle Stellungnahme dazu, ob der russische Staat via IRA auf Facebook Werbung verbreitet hat.

**BM**

Sponsored · 🌐

👍 Like Page

She is amazing! The strength of our girls is a legend.

14-year-old prodigy Cellist Ifetayo Ali-Landing continues to dominate after winning 1st place prize in the 2017 Annual Sphinx Competition.



1K Reactions 37 Comments 399 Shares

👍 Like    💬 Comment    ➦ Share

Für Jeronim Perovic, Professor für Osteuropäische Geschichte an der Universität Zürich, ist keine vom Kreml zentral gesteuerte Strategie zu erkennen. Perovic sagt: «Der Kreml steht nur an der Spitze eines Netzwerks von Organisationen, Gruppen und Einzelpersonen, die gezielt Desinformation streuen. Alles, was dazu dient, westliche Gesellschaften zu zersetzen, ist erlaubt. Eine Organisation wie die IRA handelt in diesem Geist und Sinn, ohne sich dabei vorher mit dem Kreml abzusprechen.» Perovic bezeichnet die Facebook-Werbeaktion als plumpen Versuch, gesellschaftliche Spannungen in den USA auszunutzen.

### **Experte sieht Parallelen zum Kalten Krieg**

Dazu passt auch, dass die russische Werbung dort am häufigsten zu sehen war, wo sich in jüngster Zeit die grössten Rassenunruhen ereignet hatten. 262-mal war der Zielort Maryland und 236-mal Missouri. Im August 2014 kam es in Ferguson, Missouri, während drei Wochen zu Strassenkämpfen, nachdem ein 18-jähriger Schwarzer von einem weissen Polizisten erschossen worden war. Ein Jahr später gab es in der Stadt Baltimore, Maryland, beinahe identische Vorfälle.



**BM**

Sponsored · 🌐

👍 Like Page

Like if you think the 70s were awesome!

black women of the 70s ✨



3.7K Reactions
70 Comments
336 Shares

👍 Like
💬 Comment
➦ Share

Osteuropaexperte Perovic sieht in der Desinformationskampagne der IRA Parallelen zum Kalten Krieg. In der damals bipolaren Welt – Washington versus Moskau – ging es der Sowjetunion darum, der eigenen Bevölkerung vor Augen zu führen, wie chaotisch der Westen funktioniere. Perovic sagt: «Die Demonstrationen gegen Vietnam in den Sechziger- und Siebzigerjahren in den USA waren in den sowjetischen Medien ein Dauerbrenner.» Und immer wieder seien von der Sowjetunion gezielt Falschmeldungen gestreut worden – etwa dass das Aidsvirus Anfang der 80er-Jahre im Rahmen eines geheimen biologischen Waffenprogramms in den USA entwickelt worden sei.

Aber natürlich gebe es heute grosse Unterschiede zum Kalten Krieg: «Mit Social Media ist die Reichweite gezielter Desinformation um ein Vielfaches grösser geworden», sagt Perovic. Dazu käme, dass es im Internet schwieriger nachzuprüfen sei, wer hinter einer Botschaft stecke, und noch schwieriger sei es nachzuvollziehen, wessen Interessen in der komplexen geopolitischen Lage tatsächlich bedient werden.

Das gilt auch für die Facebook-Werbung. Ob sie wirklich Trump genützt hat, ist offener denn je.

Erstellt: 20.05.2018, 11:43 Uhr

**Ist dieser Artikel lesenswert?**

Ja

Nein