

Der kreative Kampf um die Meinungshoheit

Afghanistan „Operative Information“ will die Talibanpropaganda kontern – Fokusgruppen erforschen afghanische Stimmung

■ **Mazar-e Sharif.** Am Ende steht und fällt der Einsatz mit Müllbeuteln. Müllbeuteln aus Deutschland, um genau zu sein. Denn in einem hochtechnologischen Krieg ist plötzlich Improvisation gefragt. Die Mission für die Soldaten der Operativen Information (Bundeswehrsprech: OpInfo), sonst in Mayen und Koblenz stationiert, ist nur auf den ersten Blick einfach: Flugblätter aus einem Helikopter über afghanische Dörfer nahe Kundus abwerfen. Doch das ist leichter gesagt als getan. Wirft man die Zettel einfach zur Tür raus, geraten sie in den Rotor – wirft man Pakete, wird es für die Dörfler gefährlich. Also haben die Deutschen getüftelt und sind auf Müllbeutel gekommen. Denn die zerreißen durch das Gewicht beim Sturz in die Tiefe und verstreuen die Blätter dann. Das Problem: Die US-Beutel, die im Feldlager Mazar-e Sharif zu haben sind, sind reißfest.

Serie



Mein Nachbar ist im Krieg



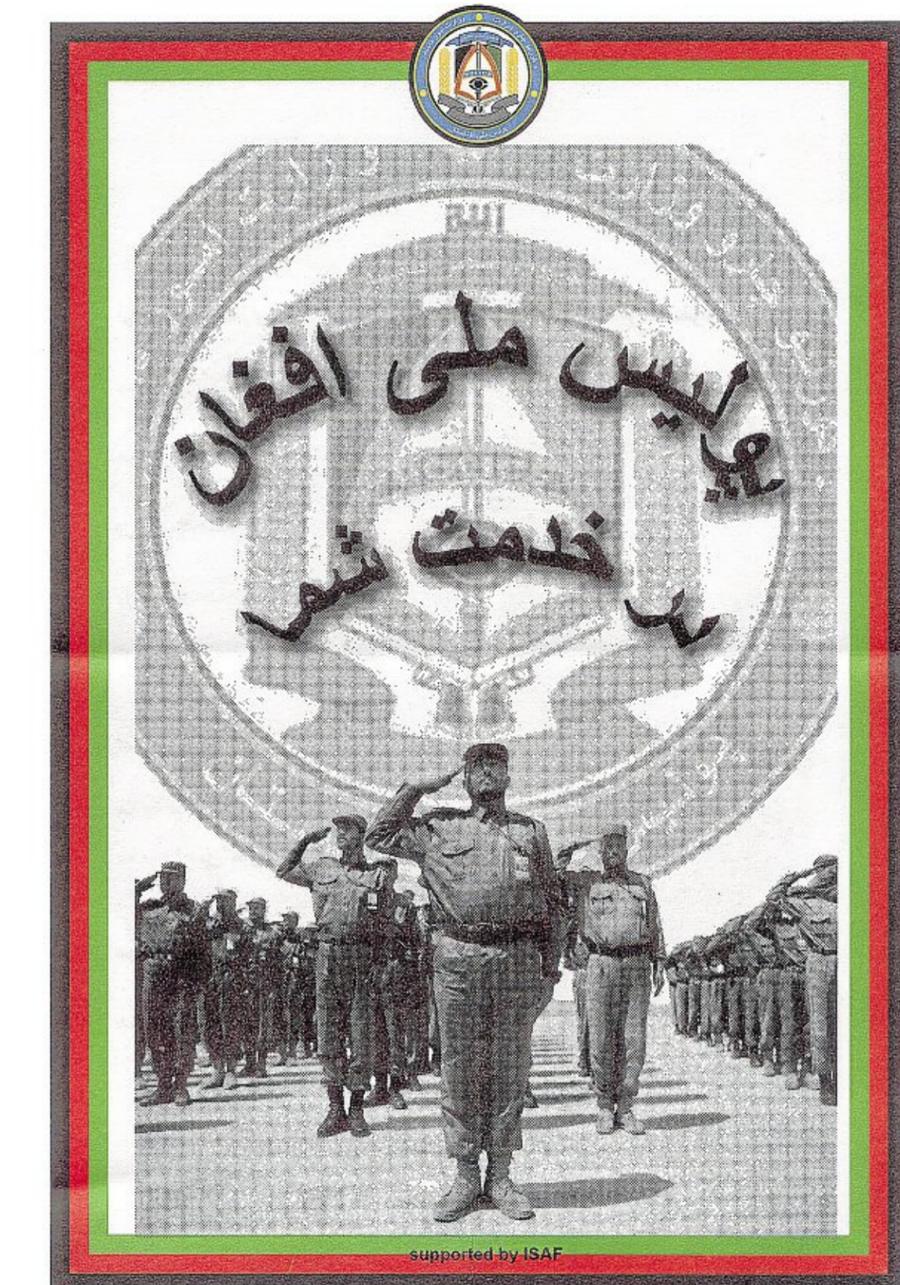
Peter Lausmann berichtet für Sie aus Afghanistan. Unser Redakteur besuchte jüngst die Bundeswehr in Kundus und Mazar-e Sharif.

Die bisher erschienenen Serienteile finden Sie auf ku-rz.de/afghanistan

Deshalb lassen sich die Deutschen Beutel aus der Heimat schicken. Es ist wie so oft in diesem Krieg: Erst wenn sich die Lage ändert, wird über die nötigen Mittel nachgedacht. So war es auch beim Minenräumgerät. Neun Jahre gab es keinen Bedarf für Wurfzettel-Werfgeräte – weil die Helikopter fehlten. Die haben die Amerikaner vor einem Jahr mitgebracht. Jetzt wird auch in Deutschland getestet.

OpInfo schafft derzeit Fakten: „Wir setzen die Wahrheit gegen die Propaganda der anderen“, sagt der Kompaniechef. Die Herrschaft über Meinungen und Stimmungen ist eine der wichtigsten Komponenten in diesem Krieg. Die Taliban sind hochprofessionell, wenn es darum geht, „Erfolge“ mit der größtmöglichen Außenwirkung zu verkaufen. Die Schallwellen ihrer Botschaften rollen bis nach Deutschland. Die Operative Information hat dagegen – gesetzlich vorgegeben – eine eindeutige Zielgruppe: das afghanische Volk. Das umfasst indirekt auch die afghanischen Sicherheitskräfte im Aufbau. Nicht nur Köpfe, auch Herzen sollen gewonnen werden – so der Plan des Hauptquartiers in Kabul. Dazu gehört es auch, dass man eigene Verluste in den Nachrichten ebenso offen einräumt.

Eine mehr als knifflige Aufgabe. Denn „den Afghanen“ gibt es nicht. Gerade im Norden des Landes kommen mehr als ein Dutzend Stämme mit eigenen Sprachen, Dialekten und Kulturen zusammen: Usbeken, Paschtunen und Tadschiken sind nur die größten Grup-



Pathetisch, plüschig, bunt: Wer in Afghanistan Aufmerksamkeit haben will, der darf sich nicht allein auf den Text verlassen. Die Botschaft: „Die afghanische Nationalpolizei ist zu Ihren Diensten!“ Fotos: Peter Lausmann

pen. „Die Menschen denken und fühlen ganz anders als wir. Es ist absolut unmöglich, eine Stimmung zu erspüren – man muss sie schon fragen.“ Das macht die Sache aber nicht einfacher: Die afghanische Kultur sieht direkte und offene Kritik eigentlich nicht vor. Hinter viel Höflichkeit und Ritualen lässt sich die Einstellung meist nicht einmal erahnen. In jahrelanger Arbeit hat OpInfo deshalb sogenannte Fokusgruppen aufgebaut: Studenten, Kaufleute und andere Zivilisten,

die im Gespräch mit den Deutschen nach jahrelanger Vorarbeit nun auch relativ offen sagen, wie die OpInfo-Botschaften via Magazin, Radio und Fernsehen bei der Bevölkerung ankommen. Dadurch weiß die Einheit zum Beispiel, dass der Tod Osama bin Ladens im Norden überwiegend positiv aufgenommen wurde – El Kaida hatte 2001 den charismatischen Anführer der Nordallianz, Ahmed Schah Massud, ermorden lassen. Ein weiteres Ergebnis: Die Menschen in

Afghanistan mögen es gern pathetisch und auch eine Spur kitschig. Hinzu kommt, dass ein Großteil der Zielgruppe Analphabeten sind – Informationen also nur durch Illustrationen vermittelbar sind. Auch deshalb ist ein Zeichner im Team der afghanischen Redakteure und Korrespondenten, das unter OpInfo-Leitung die Magazine und Sendungen in den Sprachen Dari und Paschtu erstellt.

Zwei Deutsche und fünf Afghanen, darunter auch Frauen, bilden beispielsweise die Printredaktion im Feldlager Mazar-e Sharif. Sie schreiben Texte und illustrieren das alle zwei Wochen erscheinende Magazin.

Das Produkt muss ein „afghanisches Gesicht“ haben, damit es von den Menschen angenommen wird. Neben dem deutschen Hauptmann, der für die Printprodukte verantwortlich ist, gibt es deshalb einen afghanischen Chefredakteur, der auch die afghanischen Korrespondenten in den umliegenden Provinzen führt. Positiver Effekt: Manchmal wissen die OpInfo-Kräfte vor allen anderen

Isaf-Abteilungen im Lager, was sich im Umland abspielt.

Doch trotz enger Verzahnung bleibt eine Restunschärfe. Denn die Texte werden auf Englisch geschrieben und dann in Kabul in die jeweiligen Sprachen übersetzt. Zurück kommt ein Text, den der Print-Hauptmann zwar verantwortet, allerdings weder lesen noch seine tiefere Bedeutung durchdringen kann. „Das ist schon frustrierend, wenn man davorsteht und keinerlei Zugang zum eigenen Produkt hat“, erklärt er. Ein vorbereitender Sprachkurs in Dari oder Paschtu ist für seine Verwendung nicht vorgesehen. Das Vertrauen zu den afghanischen Mitarbeitern ist deshalb ein Knackpunkt. Und zwar einer, der künftig Probleme bereiten wird – denn es droht ein Preiskampf um die besten Köpfe.

Derzeit verdient ein afghanischer Redakteur mit journalistischem Hintergrund rund 900 Dollar bei den Deutschen. Was zunächst für Afghanistan nach viel klingt, relativiert sich allerdings schnell dadurch, dass die Mitarbeiter aus dem ganzen Land dort hinpendeln und Zweitwohnungen brauchen. Dadurch haben zumindest die Mietpreise in Mazar-e Sharif kräftig angezogen. Nur logisch, dass die meisten sich deshalb ein Angebot der Amerikaner, für 1200 oder mehr Dollar in de-

„Die Menschen denken und fühlen ganz anders als wir. Es ist unmöglich, eine Stimmung zu erspüren – man muss sie schon fragen.“

Über Fokusgruppen erforscht die Operative Information die Wirkung der eigenen Magazine und Radiosendungen.

ren Abteilungen zu wechseln, wohlwollend durch den Kopf gehen lassen. Zum einen wollen sich die Deutschen nicht auf einen Preiskampf einlassen, doch auf der anderen Seite schwächt jeder Afghane, der das Team verlässt, die Substanz.

Denn die meisten Afghanen sind seit Projektbeginn vor sechs Jahren dabei. Sie sind die Konstante, während die deutschen Teams alle vier Monate wechseln. Fachkräfte sind schwer zu finden und noch schwerer anzulernen. „Hier kann man in den vier Monaten eigentlich nur kleine Rädchen drehen“, so ein verantwortlicher Offizier, „das Anlernen von der Pike auf hat hier in all den Jahren so gut wie funktioniert.“ Was auch mit der Medienlandschaft Afghanistans zu tun hat. Zeitungen erscheinen meist nur im Zusammenhang mit Wahlen und werden dann von den jeweiligen Kandidaten gesteuert. Unabhängiger Journalismus hat weder Struktur noch Tradition.

Und dennoch ist der Hauptmann zusehends, dass OpInfo mit ihren Beiträgen und Sendungen Basisarbeit leistet. „Mein Traum ist es, dass die Afghanen das Magazin komplett übernehmen, wenn wir abziehen.“ Dann soll sich das Magazin selbst über Werbung tragen und dadurch seine Unabhängigkeit bewahren.

Im nächsten Serienteil lesen Sie:

Der Deumerikaner: ein Rheinland-Pfälzer zwischen Bundeswehr und US-Streitkräften



Auch im Hochtrenn-Krieg ist das einfache Wurfblatt noch immer eine wirkungsvolle Methode, um Botschaften ans Volk zu senden.

Abzug: Obama trägt Kriegsmüdigkeit Rechnung

Afghanistan US-Soldaten kehren früher zurück als geplant – Wahltaktik?

Von unserem USA-Korrespondenten Frank Herrmann

■ **Washington.** Der Präsident bei der Truppe, in patriotischer Pose vor einer Phalanx gescheckter Uniformen – solche Bilder sind Pflicht in Amerika. Auch in der Ära Barack Obamas. Kaum hatte er seine Abzugspläne skizziert, flog er zum Händeschütteln nach Fort Drum, dicht an der kanadischen Grenze, in

die Kaserne der 10. Bergdivision. Keine Einheit ist öfter nach Afghanistan beordert worden, seit in Manhattan die Zwillingstürme einstürzten. Der Abstecher soll den „Commander in Chief“ ins rechte Licht rücken, einen Politiker, der seine seelisch ausgebrannten Soldaten nur zu gut versteht.

Wohin die Reise geht, hat Obama bereits am Mittwochabend im feierlichen East Room des Weißen Hauses erläutert. Historische Kronleuchter, ein roter Teppich: Es war die gleiche Kulisse, vor der er im Mai seinen größten Coup verkündete: den Erfolg der Aktion gegen Osama bin Laden.

El Kaida habe es zuletzt nicht mehr vermocht, getötete Terroristen effektiv zu ersetzen, erklärt der Präsident. Hinweise darauf habe man auch in Bin Ladens gestürztem Anwesen im pakistanischen Abbottabad gefunden. Obwohl das Netzwerk gefährlich bleibt, hätten die USA es empfindlich geschwächt. Damit nennt der Redner den Hauptgrund, warum das Militäraufgebot reduziert werden kann. Die Mission am Hindukusch diene schließlich dem Ziel, El Kaida einen sicheren Hafen zu verwehren – und dem sei man nähergekommen.

„Wir werden nicht versuchen, aus Afghanistan ein perfektes Land

zu machen. Wir werden in seinen Straßen nicht endlos Polizei spielen, in seinen Bergen nicht endlos patrouillieren.“ Es sind strategische Argumente für einen Abzug, der nur in einem Punkt überrascht: Es geht noch schneller als erwartet.

10 000 US-Soldaten kehren bis Dezember heim. Bis Sommer 2012 – sechs Monate früher, als Insider vermutet hatten – sollen weitere 23 000 folgen. Damit läge die Truppenstärke wieder bei 67 000 Mann, wie vor eineinhalb Jahren – vor einer Aufstockung, mit der Washington die erstarkenden Taliban zurückdrängen wollte. Kein Zweifel, der Fahrplan richtet sich nach dem

Wahlkalender. Im November 2012 möchte Obama im Amt bestätigt werden – mit einer Politik, die ein Ende des unpopulären Feldzugs zumindest absehen lässt.

Man habe binnen einer Dekade eine Billion Dollar für Kriege ausgegeben, im Irak ebenso wie in Afghanistan – bei steigender Staatsverschuldung und in harten wirtschaftlichen Zeiten. „Amerika, es ist an der Zeit, dass wir uns auf den Aufbau zu Hause konzentrieren“, sagte Obama. Damit trägt er der Stimmung Rechnung, der Kriegsmüdigkeit einer Nation, die in der langen Rezession nach der Finanzkrise ihren Optimismus verlor.

Kompakt

Drogen fordern weiter viele Tote

■ **Lissabon.** Mit 7000 bis 8000 tödlichen Überdosen pro Jahr fordern Rauschgifte weiterhin viele Menschenleben. Trotz eines intensivierte Antidrogenkampfes stellt vor allem der Konsum stimulierender Drogen wie Kokain und neuen Substanzen weiterhin in Europa ein großes gesundheitliches Problem dar, teilt die EU-Drogenbeobachtungsstelle in Lissabon mit.

Preis für Aufklärung des Gutenberg-Plagiats

■ **Köln.** Für die Aufklärung der Plagiatsaffäre um Exverteidigungsminister Karl Theodor zu Gutenberg (CSU) hat die Internetplattform „GuttenPlag Wiki“ den renommierten Grimme Online Award erhalten. Die Jury des Preises für außerordentliche publizistische Qualität im Netz lobte die „faire Arbeitsweise der Administratoren“.

Gericht: Wilders Kritik am Islam nicht strafbar

■ **Amsterdam.** Der niederländische Islamgegner Geert Wilders ist vom Vorwurf der Aufstachelung zum Hass gegen Muslime sowie in weiteren Anklagepunkten freigesprochen worden.

Geert Wilders

Foto: dpa

Islamkritische Äußerungen des Chefs der „Partei für die Freiheit“ seien äußerst grob, aber nicht strafbar, befand ein Gericht in Amsterdam. Mit seinen Worten, darunter das Gleichstellen des Korans mit Adolf Hitlers „Mein Kampf“, habe der Politiker nicht Muslime, sondern den Islam als solchen kritisiert.

In Nordirland toben heftige Straßenkämpfe

■ **Belfast.** Der historische Besuch der britischen Königin in der Republik Irland vor wenigen Wochen sollte Symbol für den Frieden in Nordirland sein. Doch in der nordirischen Stadt Belfast haben sich pro-britische Protestanten und republikanische Katholiken die zweite Nacht in Folge schwere Straßenkämpfe geliefert. Rund 700 Menschen bewarfen sich in der Nacht zum Mittwoch mit Flaschen und Steinen. Mehrere Schüsse fielen, wie die Polizei berichtete.

RWE und EON reichen Klage ein

Atomkraft AKW-Betreiber wehren sich gegen Steuer

■ **Berlin.** Die Energiekonzerne RWE und EON wollen mit einer Klage das Aus für die Brennelementesteuer erzwingen, die sie trotz des Atomausstiegs weiter zu zahlen haben. Beim Finanzgericht München wurde eine Klage für das bayerische Kernkraftwerk Gundremmingen B eingereicht, sagte ein RWE-Sprecher. Kläger ist die Betreibergesellschaft des Kraftwerks, an dem RWE zu 75 Prozent und EON zu 25 Prozent beteiligt sind.

Nach dem Austausch von Brennelementen wurde für den Reaktor die Steuer erstmals fällig. Daher mussten die Konzerne entscheiden, ob sie klagen oder zahlen. Das AKW Gundremmingen B soll noch bis 2017 laufen. Vor RWE hatte EON bereits eine Klage gegen die Steuer angekündigt, die dem Bund bis 2016 bei neun verbleibenden Kernkraftwerken bis zu 1,3 Milliarden Euro jährlich bringen soll.

Pro Meiler sind etwa 150 Millionen Euro an Brennelementesteuer im Jahr zu zahlen. EON und RWE sehen die Abgabe als Diskriminierung der AKW-Betreiber und als nicht vereinbar mit Europa- und Verfassungsrecht an. Die Juristen der Konzerne sehen gute Chancen für einen Erfolg. Die Regierung betont weiterhin, Steuer und Atomausstieg seien rechtssicher.