



Schweizerischer Verein WIR
Association suisse WIR
Associazione Svizzera WIR
Swiss Association WIR



Panikmache als Strategie Die Rolle von Politik und Medien

AUSZUG 3



ZIELGRUPPE

Journalisten, Kommunikationswissenschaftler, kritische Bürger.

KAPITEL

- Politische Entscheidungen und Kommunikation (Kapitel 5).
- BAG-Videos und Medienkampagnen („Impf-Mythen“).
- Die Rolle der Massenmedien in der Pandemie (Kapitel 22).

FOKUS

Analyse, wie durch gezielte Angstmache und Desinformation die öffentliche Meinung beeinflusst wurde.



Buch 3: Panikmache als Strategie – Die Rolle von Politik und Medien

Zielgruppe: Journalisten, Kommunikationswissenschaftler, kritische Bürger.

Kapitel:

- Politische Entscheidungen und Kommunikation (Kapitel 5 | **Seiten 103 – 121**).
- BAG-Videos und Medienkampagnen (**Seiten 121 – 171**).
- Die Rolle der Massenmedien in der Pandemie (Kapitel 22 | **Seiten 929 – 939**).

Fokus: Analyse, wie durch gezielte Angstmache und Desinformation die öffentliche Meinung beeinflusst wurde.

Ein Lehrstück in orchestrierter Manipulation

Wenn Sie dachten, die Covid-19-Pandemie war nur eine gesundheitliche Krise, denken Sie noch einmal nach. Buch 3 dieser Enthüllungsreihe zeigt, wie gezielte Panikmache und psychologische Strategien eingesetzt wurden, um eine verängstigte Bevölkerung gefügig zu machen. Es war kein Zufall, dass die Nachrichten von Angst und Schrecken durchzogen waren – es war Strategie. Die Akteure? Politiker, die mit der Macht der Angst experimentierten, und Medien, die ihre Rolle als vierte Gewalt kurzerhand aufgaben. Tauchen Sie ein, und erfahren Sie, wie Sie manipuliert wurden.

Politische Entscheidungen und Kommunikation: Die Maske der „Fürsorge“

Kapitel 5 beleuchtet, wie politische Kommunikation genutzt wurde, um eine Atmosphäre der Kontrolle und Unterordnung zu schaffen. Es begann harmlos: „Flatten the curve“ – klingt wissenschaftlich, oder? Tatsächlich war es eine reine PR-Erfindung. Heinz Bude, emeritierter Soziologieprofessor an der Universität Kassel, Mitautor des deutschen Strategiepapiers, gab später offen zu:

„Wir brauchten ein Narrativ, das wissenschaftlich klingt, um die Menschen mit ins Boot zu holen.“

Und es funktionierte. Die Bevölkerung blieb zu Hause, die Wirtschaft kam zum Erliegen, und Grundrechte wurden eingeschränkt – alles im Namen der Solidarität. Doch das Dossier enthüllt:

- Bereits im Februar 2020 wurde in internen BAG-Protokollen festgehalten: **„Virus wird nicht so leicht übertragen wie Grippe.“** Trotzdem wurden Lockdowns und Schulschliessungen vorbereitet.
- **„Besondere Lage“** wurde ausgerufen, um rechtliche Hürden zu umgehen. Nicht die Wissenschaft, sondern politische Opportunität diktierte das Vorgehen.

Eines der bizarrsten Beispiele: Im März 2020 erklärte ein Sprecher des BAG, es sei „völlig ausgeschlossen“, dass Masken in der Bevölkerung eine Rolle spielen könnten. Zwei Monate später waren Masken plötzlich das zentrale Symbol der Pandemie – ein Hinweis auf die inkonsistente, aber absichtlich erzeugte Verwirrung.



BAG-Videos und Medienkampagnen: Die Kunst der Manipulation

Die Medienkampagnen des BAG waren ein Meisterwerk der psychologischen Beeinflussung. Die berühmte „Impf-Mythen“-Kampagne etwa zielte weniger darauf ab, zu informieren, als Kritiker lächerlich zu machen.

- **„Die Impfung schützt dich und andere“:** Ein Slogan, der in fast jeder Kampagne zu finden war. Erst viel später wurde zugegeben, dass die Impfstoffe die Übertragung des Virus kaum verhindern.
- **Emotionale Bilder:** Kinder, die ihre Grosseltern umarmen konnten, nachdem sie „geimpft und sicher“ waren. Die Realität? Auch vollständig Geimpfte konnten ihre Liebsten anstecken.

Ein weiteres Beispiel ist die Kampagne „Bleiben Sie zu Hause“. Mit Bildern überfüllter Intensivstationen und dem Appell, „Leben zu retten“, wurde der Druck auf die Bevölkerung erhöht. Später stellte sich heraus, dass viele dieser Bilder aus Italien oder anderen Ländern stammten und in der Schweiz zu keiner Zeit eine Überlastung der Krankenhäuser bestand.

Aber die Botschaft war klar: Wer sich nicht an die Regeln hält, ist ein potenzieller Mörder.

Die Rolle der Massenmedien: Vom Wächter zum Handlanger

Kapitel 22 ist ein vernichtendes Urteil über die Massenmedien. Anstatt die Massnahmen kritisch zu hinterfragen, wurden sie zu Verstärkern der Panik.

- **Angst-Ticker:** Täglich wurden die neuesten Fallzahlen präsentiert – ohne Kontext. Die Sterblichkeitsrate? Selten erwähnt. Die Genesungsrate? Praktisch nie. Die Botschaft war eindeutig: „Jeder könnte der Nächste sein.“
- **Einseitige Expertenauswahl:** In Talkshows und Nachrichten tauchten fast ausschliesslich Befürworter der Massnahmen auf. Kritiker wie Prof. Dr. Bhakdi, Dr. Wodarg (*aus Deutschland*) oder Prof. John Ioannidis (*aus USA*) wurden als „Verschwörungstheoretiker“ diffamiert, ohne dass ihre Argumente überhaupt gehört wurden.
- **Mediale Gleichschaltung:** Besonders bezeichnend ist die Zusammenarbeit von SRG und privaten Medienhäusern, an der Spitze der Chef der Ringier-Gruppe, Marc Walder, der täglich vom Büro des damaligen Gesundheitsministers Alain Berset angerufen wurde. Offiziell war es ein „gemeinsamer Kampf gegen Desinformation“. In Wahrheit führte es dazu, dass alternative Meinungen systematisch ausgeblendet wurden.

Ein besonders groteskes Beispiel: In einer SRF-Abendshow behauptete ein Politiker, ohne die Massnahmen wären „50 Prozent der Schweizer Bevölkerung gestorben“. Kein Journalist hinterfragte diese Aussage, obwohl sie wissenschaftlich unhaltbar war.



Strategiepapiere: Angst als Methode

Das Buch enthüllt mehrere Strategiepapiere, die zeigen, wie gezielt Angst als Werkzeug eingesetzt wurde. Eines davon stammt aus Deutschland, fand aber auch in der Schweiz Anwendung. Darin heisst es:

- **„Angst vor dem Ersticken“** sei besonders effektiv, um Verhaltensanpassungen zu erreichen.
- **„Kinder könnten Eltern und Grosseltern infizieren und töten.“** Dieser Satz wurde bewusst genutzt, um den Druck auf Familien zu erhöhen.

Das Ziel war klar: Die Bevölkerung sollte sich nicht fragen, ob die Massnahmen sinnvoll sind – sie sollte schlichtweg gehorchen.

Medienkampagnen: Die Angstmaschine

Die Medien waren ein zentrales Werkzeug, um diese Angst zu verbreiten. Ein paar Beispiele aus dem Buch:

- **Intensivstations-Bilder:** Viele der „überfüllten Krankenhäuser“, die in den Medien gezeigt wurden, waren symbolische Aufnahmen aus früheren Jahren oder aus anderen Ländern. In der Schweiz blieben Betten leer – ein Fakt, der bewusst verschwiegen wurde.
- **Die verschwundene Grippe:** Statistiken zeigen, dass die Grippefälle im Jahr 2020 praktisch verschwanden. Warum? Weil viele Fälle als „Covid-19“ deklariert wurden, um die Zahlen hochzutreiben.

Ein besonders bezeichnender Fall war die Berichterstattung über Bergamo. Die Bilder von Särgen in Militärfahrzeugen gingen um die Welt. Später kam heraus, dass viele dieser Särgen nichts mit Covid-19 zu tun hatten, sondern Teil eines allgemeinen Rückstaus im Bestattungswesen waren. Doch die Bilder hatten ihren Zweck erfüllt. Neun Lastkraftwagen wurden ständig wieder gezeigt, um eine grosse Zahl vorzutäuschen.

Das grosse Ganze: Warum Panik?

Warum all das? Das Buch argumentiert, dass die Panik nicht zufällig war. Sie diente mehreren Zwecken:

1. **Kontrolle:** Verängstigte Menschen hinterfragen nicht. Sie folgen.
2. **Profit:** Pharmaunternehmen, Tech-Giganten und sogar Medienhäuser profitierten massiv von der Krise.
3. **Politische Machtausweitung:** Notstandsgesetze und Überwachungssysteme, die in normalen Zeiten undenkbar wären, wurden von der Regierung getestet und von der Bevölkerung akzeptiert.

Die Angstmaschine war kein Unfall – sie war das perfekte Mittel, um Macht zu festigen und gleichzeitig Milliarden zu verdienen.



Weshalb sollten Sie dieses Buch lesen?

„Panikmache als Strategie“ ist mehr als ein Buch – es ist ein Weckruf. Es zeigt, wie Politik und Medien nicht nur versagten, sondern aktiv daran arbeiteten, die Wahrheit zu verschleiern. Es zeigt, wie leicht wir in eine Welt der Desinformation abrutschen können. Und es zeigt, wie wichtig es ist, die Verantwortlichen zur Rechenschaft zu ziehen.

Lesen Sie es. Verstehen Sie es. Und lassen Sie nicht zu, dass es wieder passiert. Die Angst ist vorbei – die Wahrheit beginnt jetzt.