

# Informationskriege

Staaten versuchen seit jeher, mit Nachrichten die Weltpolitik zu beeinflussen. Der Blick in die Geschichte hilft, mit aktueller Desinformation umzugehen

**Von Heidi Tworek**

**W**ir neigen dazu, Informationskriege als ein neues Phänomen zu betrachten – ermöglicht, sicher aber beschleunigt von der engen, globalen Vernetzung im 21. Jahrhundert, die das Internet mit sich gebracht hat. Tatsächlich aber gibt es „information warfare“ schon seit Langem. Stets verschwammen dabei die Grenzen zwischen Kriegs- und Friedenszustand. Von Anfang an spielten Kommunikationsinfrastruktur und Nachrichtenplattformen eine wichtige, eng miteinander verknüpfte Rolle.

Heute sind Manipulationen unserer Informationslandschaft durch private Firmen und Regierungen keine Überraschung mehr – denken wir nur an die Aktivitäten der in St. Petersburg ansässigen Internet Research Agency. Vor der amerikanischen Präsidentschaftswahl 2016 eröffneten die Mitarbeiter der auch als „Trollhaus“ bekannten, von „Wladimir Putins Koch“ Jewgeni Prigoschin finanzierten Firma Tausende „amerikanisch“ wirkende Konten auf Facebook und Twitter, die fast alle den Kandidaten Donald Trump unterstützten. Ihre Tweets erlangten eine erstaunliche Reichweite. Eine Studie zeigt, dass fast alle große Medien wie die BBC oder die *Washington Post* solche Tweets mindestens einmal als typisches Beispiel für die Stimmung unter amerikanischen Wählern zitierten, obwohl die Tweets tatsächlich von den russischen Trollen stammten.

Mit ihren Pro-Trump-Botschaften erreichten sie Millionen und investierten dazu für politische Werbung auf Facebook die vergleichsweise geringe Summe von 100 000 Dollar. Inwiefern solche Bemühungen die Entscheidung der amerikanischen Wählerinnen und Wähler beeinflusst haben, bleibt strittig. Weniger umstritten ist die Erkenntnis, dass soziale Medien stark politisiert worden sind.

## Medieninfrastruktur und Plattformen

Bei der Betrachtung in historischer Perspektive drängen sich drei Konstanten auf. Erstens sind Informationsstrategien und Kommunikationsinfrastruktur

stets eng miteinander verbunden. Zweitens hängt der manipulative Zugriff auf Informationen und die Infrastruktur ihrer Verbreitung von strukturellen Faktoren ab. Ein Land, das den Großmachtstatus anstrebt, bedient sich oft zuallererst der internationalen Informationsnetzwerke, weil sich diese Netzwerke relativ leicht, mit wenig Aufwand und verdeckt manipulieren lassen. Und drittens sind Soft Power und Hard Power bei Informationskriegen nie so fein säuberlich zu trennen, wie es Joseph Nye vor fast 30 Jahren tat. Ganz oft werden Strategien der so genannten weichen Macht angewandt, um die politische oder wirtschaftliche Macht einer anderen Nation zu untergraben.

Was uns dieser Tage als neues Muster erscheint, kennt man als Masche schon aus früheren Zeiten. Und wenn wir heute die Dilemmata diskutieren, die mit der künftigen Gestaltung des Internets verbunden sind, dann kann die Geschichte dazu dienen, bestimmte Muster schneller zu erkennen, den Entscheidungshorizont zu erweitern und die langfristigen, unbeabsichtigten Folgen bestimmter Entwicklungen für die Demokratie und die internationale Politik ernsthafter abzuwägen.

**Wer Informationen  
manipuliert,  
hat die Macht**

### „Keine weiteren Reuters-Lügen!“

Jürgen Osterhammels großes Geschichtswerk „Die Verwandlung der Welt“ (2009) hat uns an die bedeutende Rolle der technologischen Umwälzungen erinnert, die Mitte des 19. Jahrhunderts ihren Lauf nahmen und unser Leben bis heute prägen. Eine der wichtigsten dieser Entwicklungen war das berühmte Unterseekabel, das 1866 beim dritten Versuch endlich erfolgreich zwischen Nordamerika und dem Vereinigten Königreich gelegt wurde. Damals sprach man von der wachsenden transatlantischen Bruderschaft und hoffte auf eine friedliche zukünftige Welt. Noch 1927 lobte Stefan Zweig die Kabellegung als eine der vierzehn „Sternstunden der Menschheit“.

Jedoch stellten sich das transatlantische und die darauffolgenden weltumspannenden Kabel nicht als kommunikatives Allheilmittel für internationale politische Spannungen heraus. Vielmehr entpuppten sich die Wirkungen der Kabelverbindungen als zweischneidig. Auf der einen Seite konnten nun Politiker, Firmen und Journalisten schneller und zuverlässiger Informationen austauschen. Auf der anderen Seite wurde die Kommunikationsinfrastruktur wenige Jahrzehnte später zum Bestandteil des Informationskriegs.

Der Erste Weltkrieg war ganz offensichtlich von Anfang an auch ein solcher Kampf um die Informationen. Gleich nach Kriegsbeginn im August 1914 durchschnitt Großbritannien die meisten Unterseekabel zwischen Deutschland und dem Rest der Welt. Zwischen 1915 und 1917 kappten wiederum die Deutschen alle britischen Kabel außer den transatlantischen. Einmal hinterließen die deutschen Marinesoldaten eine Botschaft für die norwegischen Matrosen, die ein Kabel reparieren mussten: „Keine weiteren Reuters-Lügen auf dieser Linie! Von einem ‚Hunnen‘ und einem ‚Piraten‘.“ Es ging den Deutschen also nicht nur um die Kabel. Es ging ihnen auch um die Plattformen, die die Nachrichten verbreiteten. Das waren damals Nachrichtenagenturen wie Reuters, die für damalige Zeiten eine ähnliche, wenn nicht gar größere Wirkungsmacht als Google und Facebook hatten.

**Agenturen hatten  
eine Wirkungsmacht  
wie heute Google**

Seit Mitte des 19. Jahrhunderts wurden Nachrichtenagenturen zu den zentralen internationalen Medienunternehmen. Die drei mächtigsten Agenturen entstanden kurz bevor die ersten Versuche der Verlegung von Unterseekabeln begannen: die französische Agence Havas in den frühen 1830er Jahren, die deutsche Wolff's Telegraphisches Bureau (Wolff) im Jahre 1849 und die britische Reuters Telegram Company im Jahre 1851. Die drei Nachrichtenagenturen bauten umfangreiche globale Systeme der Nachrichtensammlung auf und wurden zum internationalen Flaschenhals für die Nachrichtenversorgung. Sie benutzten den Telegrafen und das Telefon, um Mitteilungen an möglichst viele Zeitungen zu verschicken. Kommerziell ausgedrückt agierten diese Firmen wie Großhändler, die ihre Güter an ihre „Einzelhandelskunden“ (d.h. die Zeitungen) lieferten, die diese Materialien wiederum in Artikel für ihre jeweiligen Zielgruppen verpackten.

Nur die großen Zeitungen wie die Londoner *Times* oder die *Vossische Zeitung* in Berlin konnten sich Auslandskorrespondenten leisten. Viele Blätter hatten nicht einmal Journalisten in der jeweiligen Hauptstadt ihres Erscheinungslands – 1926 verfügten 90 Prozent aller deutschen Zeitungen nicht über Korrespondenten im Ausland oder in Berlin. Alle ihre nationalen und internationalen Nachrichten erhielten sie von Nachrichtenagenturen oder durch Korrespondenzen. Wenn wir uns heute darüber Sorgen machen, ob Facebook oder Google in Sachen Bereitstellung von Informationen bereits Monopolisten sind, so muss man festhalten, dass die Nachrichtenagenturen bis zur ersten Hälfte des 20. Jahrhunderts in gewisser Hinsicht eine noch stärkere Position in der Nachrichtenlandschaft entwickelten.

**Torwächter des Informationsflusses**

Nachrichtenagenturen waren eine Art Torwächter, die den Informationsfluss zu anderen Nachrichtenorganisationen kontrollierten. Die heutigen Plattformen üben in gewisser Art und Weise eine ähnliche Macht aus. Google und Facebook haben im vergangenen Jahrzehnt praktisch ein Online-Werbung-Duopol aufgebaut. Wer heute ein großes Publikum erreichen will, muss auf Twitter, YouTube usw. zurückgreifen. Und wenn Regierungen die Informationspolitik beeinflussen wollen, dann passiert auch das im Moment hauptsächlich auf Twitter und Co. So verwundert es nicht, dass Facebook und Twitter vor kurzem einige Hundert Konten aus Venezuela, Russland und dem Iran löschen mussten. Viele dieser Konten hatten sich als lokale Medien oder soziale Bewegungen getarnt, die westliche Länder, Saudi-Arabien oder Israel kritisierten. Diese gefälschten Nutzerkonten hatten rund zwei Millionen „Follower“ im Nahen Osten, in Nordafrika und in den USA.

Abgesehen davon, dass Nachrichten und Informationen eine Form der Macht sind, besteht die schwierigere Aufgabe darin zu erklären, warum sich bestimmte Gruppen oder Nationen zu einem bestimmten Zeitpunkt für Nachrichten interessieren und wie sie versuchen, sie zu beeinflussen. Warum und wann greifen Staaten auf Informationsnetzwerke zurück, um ihre Politik außerhalb der eigenen Grenzen zu betreiben?

# Bild nur in Printausgabe verfügbar

Beispiele aus der jüngeren Vergangenheit gibt es zur Genüge. Lange waren es per Satellit verbreitende Nachrichtensender, die als unverzichtbare Werkzeuge der internationalen Politik und Wirtschaft galten. Die Kommunistische Partei Chinas gründete schon 1958 China Central Television (CCTV) als ihr Fernschrachrohr. Erst seit 2000 aber existiert der internationale Nachrichtensender China Global Television Network (CGTN), der seinen geografischen und sprachlichen Umfang ständig erweitert. Einhergehend mit den rasend wachsenden wirtschaftlichen Verbindungen zum Beispiel zu afrikanischen Ländern wuchs auch die mediale Verbindung. Seit 2012 existiert eine afrikanische Version von CGTN.

Für das kleine Golf-Emirat Katar sind Nachrichten seit zwei Jahrzehnten Teil einer Soft-Power-Strategie, zu deren Erfolg unter anderem die Ausrichtung der Fußballweltmeisterschaft 2022 zählt. Seit Mitte der 1990er Jahre finanziert der Staat den Nachrichtenkanal Al-Dschasira, der zuerst nur auf Arabisch sendete, seit 2006 auch auf Englisch. Al-Dschasira wurde nach den Terroranschlägen vom 11. September 2001 berühmt-berüchtigt, als es Videos von Osama Bin Laden ausstrahlte. Während des Arabischen Frühlings berichtete der Kanal intensiv über die Proteste.

Die Unabhängigkeit Al-Dschasiras vom katarischen Staat wird oft infrage gestellt und ist insbesondere dem Nachbarn Saudi-Arabien ein Dorn im Auge: Riad ärgert sich immer wieder über Berichte, die die Mächtigen der Region aufs Korn nehmen. Nachdem die saudische Regierung und ihre Golf-Verbündeten 2017 die diplomatischen Beziehungen zu Katar abbrachen und das Land isolierten, forderten sie unter anderem die Einstellung von Al-Dschasira als eine Grundbedingung für die Wiederherstellung der Beziehungen – bislang allerdings ohne Erfolg.

Wer von staatlich beeinflussten Informationsnetzwerken spricht, kommt auch am russischen Propagandasender RT (früher Russia Today) nicht vorbei. Millionenschwer aus dem Kreml finanziert, bietet RT seit 2014 auch auf dem deutschen Markt eine trübe Mischung aus Manipulationen, obskuren Theorien und gezielter Desinformation. Moskau dürfte entzückt sein, wie viele Mediennutzer im Westen bereitwillig seinen Kampagnen via RT aufsitzen.

Tatsächlich suchen politische Eliten seit einem Jahrhundert nach den Knotenpunkten der Nachrichtennetze, die sich am schnellsten beeinflussen lassen. Ich selbst habe mich intensiv mit den deutschen Versuchen von 1900 bis 1945 befasst, die internationale Politik und Wirtschaft mit Hilfe von Nachrichtenagenturen zu beeinflussen.

### Der Drang nach Weltgeltung

Wie manche heutigen Regierungen hatten sich deutsche Politiker lange nicht für internationale Nachrichten interessiert. In den 1860er und 1870er Jahren betrachteten nur wenige mit Staatsgeschäften Befasste wie der spätere Reichskanzler Otto von Bismarck und sein Bankier Gerson von Bleichröder Nachrichten als von zentraler Bedeutung für die Gestaltung von Innen- und Außenpolitik. Erst ab 1900 kamen viele Politiker zu der gleichen Ansicht. Im Gegensatz zu Bismarcks europäischem Fokus versuchten sie nun allerdings, Nachrichten über Europa hinaus zu verbreiten, um die neuen politischen und wirtschaftlichen Ambitionen des deutschen Kaiserreichs widerzuspiegeln, das nach Weltgeltung strebte.

**Großmächte wollen  
immer auch starke  
Medienmächte sein**

Kurz: Es ging um den „Platz an der Sonne“, wie es der damalige Staatssekretär des Auswärtigen Amtes, Bernhard von Bülow, 1897 ausdrückte. Deutschland war unter Bismarck eher eine kontinentaleuropäische Macht. Nun betrachteten viele Deutsche ihr Land als aufstrebende Welt- und Kolonialmacht. Es ging nicht nur um die gewaltsame Eroberung neuer Territorien oder um Handel. Es ging auch um die Kommunikationshoheit.

Die meisten deutschen Politiker, Industriellen, Bürokraten, Militärs und Journalisten waren überzeugt, dass Deutschland nie eine Weltmacht werden könne, ohne gleichzeitig eine Medienmacht zu werden. Und die internationalen Nachrichtenstrukturen schienen die Ambitionen des Kaiserreichs zu unterminieren. Die drei damals größten Nachrichtenagenturen arbeiteten seit Mitte des 19. Jahrhunderts zusammen. Um ihr Monopol zu sichern, hatten sie die Welt untereinander aufgeteilt. Jede Agentur sammelte die Nachrichten in ihren jeweiligen Regionen und tauschte sie mit den anderen Agenturen aus, die die Nachrichten dann an ihre Kunden weiterleiteten. Die deutsche Nachrichtenagentur Wolff hatte eine vergleichsweise schwache Position, da sie die Nachrichten nur in den deutschen Kolonien und in Europa sammelte – in den Augen eines Großteils der deutschen Eliten um 1900 eine unmögliche Situation. Eine Großmacht brauchte auch in der Kommunikationsbranche einen entsprechenden Status.

Genauso wie heute wurden Nachrichten nicht nur als Lieferung von Informationen betrachtet, sondern als ein schneller, effizienter und vergleichsweise

billiger Weg, um die außenpolitische, wirtschaftliche, kulturelle und militärische Macht eines Landes zu stärken. Die Zeitgenossen verstanden, dass es sowohl teuer als auch schwierig war, internationale Nachrichten zu sammeln. Und die sehr kleine Anzahl von Nachrichtenagenturen war einfacher zu beeinflussen als Tausende von Zeitungen. Informationen von Nachrichtenagenturen erschienen in politischen und unpolitischen Zeitungen, in lokalen Blättern und solchen mit nationaler Reichweite. Hinzu kam, dass Nachrichtenagenturen eine Informationsquelle bildeten, die die meisten Leser nicht verstanden oder wahrnahmen. Und diese „Unsichtbarkeit“ der Nachrichtenagenturen erschien denjenigen auf deutscher Seite, die auf Einflussnahme sannen, eher als eine Stärke. So ließ sich die öffentliche Meinung womöglich heimlich gestalten, und man konnte sich quasi unmerklich international einmischen.

**Die Rolle von Nachrichtenagenturen war wenigen bewusst**

Die deutschen Eliten waren sich allerdings oft uneins, wie man Nachrichtenagenturen kontrolliert oder welche politischen und wirtschaftlichen Ziele man mit den durch sie verbreiteten Nachrichten erreichen wollte. Einigkeit herrschte allerdings darüber, dass Nachrichten nunmehr eine zentrale Rolle im öffentlichen Leben und in den internationalen Beziehungen spielten.

Der Erste Weltkrieg wirkte dabei als Katalysator, weil viele die deutsche Niederlage gewissermaßen als Informationsniederlage verstanden. So gesehen ist die Dolchstoßlegende auch eine Informationslegende. Hätte man Nachrichten aus Deutschland besser und weiter verbreiten können, so argumentierten nach 1918 viele Gegner des Versailler Vertrags, hätte man vielleicht doch noch den Sieg erringen können.

### **Falschmeldungen gegen die Sowjetunion**

Sowohl die Weimarer Regierungen als auch die Nationalsozialisten investierten danach viel Geld in Nachrichtenagenturen, um die internationale Politik zu beeinflussen. Die Inhalte unterschieden sich zwar dramatisch, aber der Glaube an die Macht der Nachrichten hielt an. Die konservative Telegraphen-Union verbreitete in den 1920er Jahren immer wieder Falschmeldungen, u.a. über Mordanschläge in der Sowjetunion, höchstwahrscheinlich, um die deutsch-sowjetischen Beziehungen zu unterminieren. Beinahe verhinderten solche Nachrichten im April 1926 die Unterzeichnung des Freundschaftsvertrags zwischen Deutschland und der Sowjetunion.

Die von der Weimarer Regierung subventionierte Nachrichtenagentur Transocean benutzte die relativ neue drahtlose Telegrafie, um ihre Nachrichten ins Ausland hinaus zu funken. Im Jahre 1922 beschrieb Chefredakteur Wilhelm Schwedler Transocean als einen „Weg ins Freie“ für die junge deutsche Demokratie. Als London diese „Nachrichtenoffensive“ bemerkte, beschleunigte Großbritannien den Ausbau der britischen Funknetze.

Nach der Machteroberung 1933 sahen auch die NS-Spitzen Transocean als nützliches Instrument der Außenpolitik und subventionierten die Nachrichtenagentur weiter. In einem britischen Geheimdienstbericht wurde 1936 beklagt, dass Transocean „heute täglich die ganze Welt mit Nachrichten überschwemmt“. Die Sowjets verurteilten die deutschen Nachrichten als „ein

gefährliches Element, das den Interessen des Friedens zuwiderläuft“. FBI-Chef J. Edgar Hoover betrachtete Transocean als Tarnung für ein großes Nazi-Spionagenetz in Südamerika und brachte die Agentur im Frühjahr 1941 in den USA vor Gericht. Die Alliierten maßen Transocean nicht ohne Grund Bedeutung zu: So wurde die Agentur während des Zweiten Weltkriegs zum führenden Nachrichtenlieferanten für das von Japan besetzte China. In dieser Situation zahlten sich schließlich die seit 1900 getätigten deutschen Investitionen in internationale Nachrichtennetze gewissermaßen aus.

## Die Kontrolle von Informationen unter- gräbt Demokratie

Die Kommunikationsvergangenheit ist also keine einfache Geschichte der unvermeidlichen anglo-amerikanischen Dominanz der internationalen Medienlandschaft, sei es durch Hollywood, die BBC oder Facebook. Neben den Deutschen stellten viele andere Staaten, Unternehmen und Einzelpersonen die gewachsenen Strukturen infrage und suchten nach Alternativen. Sie hatten nicht immer Erfolg und waren manchmal nicht demokratisch gesinnt, aber sie stritten gegen die globale Medienlandschaft lange vor Al-Dschasira oder dem St. Petersburger Trollhaus.

Allerdings waren Nachrichten nie ein „nationales Produkt“, sondern wurden spätestens Ende des 19. Jahrhunderts Teil der internationalen Politik. Manipulationsversuche warfen stets ihre Schatten. So trugen Versuche der Informationskontrolle zur Untergrabung der deutschen Demokratie in der Zwischenkriegszeit bei.

Karl Bücher, der 1916 das erste Institut für Zeitungskunde in Deutschland gründete, erkannte schon in den 1920er Jahren die darin liegende Gefahr für die Demokratie: „Die Hebel, welche das vielverzweigte, aus zahllosen, im Range mannigfach abgestuften Gliedern sich zusammensetzende, ganze Länder überspannende Zeitungsnetz in Bewegung setzen, liegen an wenigen Stellen. Einer starken Hand kann es nicht schwerfallen, sich ihrer zu bemächtigen und damit einen unberechenbaren Einfluss auf die öffentliche Meinung zu gewinnen – je nachdem zum Segen oder zum Fluche des Volkes“, schrieb Bücher 1926. „Dies um so mehr, als viele Herausgeber kleiner Blätter das bequeme Material der ihnen billig oder umsonst angebotenen Korrespondenzen nehmen, ohne auch nur eine Ahnung davon zu haben, wem sie damit dienen.“

### Das Geschäftsmodell der Nachrichtenagenturen ist zerbrochen

Von einem Informationsmonopol sind die Agenturen heute weit entfernt. Vielfach sind ihre Geschäftsmodelle zerbrochen, weil der reine Transport einer Nachricht nichts mehr wert ist, wenn es Informationen an jeder Ecke umsonst gibt. Sie müssen ihr Geschäft diversifizieren, verdienen Geld mit maßgeschneiderten und hochindividuellen Angeboten oder mit Daten. Die Türme der Gatekeeper sind im Zeitalter der Social Media fast zur Gänze geschliffen, als Torwächter werden Nachrichtenagenturen kaum mehr akzeptiert. Andere Torwächter sind jedoch entstanden, die auf eine andere Art und Weise genauso viel Einfluss ausüben können. Bis heute beeinflussen Netzwerke, Plattformen und Unternehmen, die hinter den Nachrichten stehen, den Nachrichten-

konsum und den demokratischen Diskurs weitaus stärker, als meist erkannt wird. Ganz besonders groß ist die Ignoranz unter den überzeugten Zukunftsgläubigen in Silicon Valley; lange verachteten sie sowohl die Politik als auch die Geschichte.

### Gefährliche Geschichtslosigkeit

Einer der führenden Entwickler selbstfahrender Autos, Anthony Levandowski, sagte der Zeitschrift *The New Yorker* (22. Oktober 2018): „Das Einzige, was zählt, ist die Zukunft. Ich weiß gar nicht, warum wir Geschichte studieren. Sie ist irgendwie unterhaltsam – die Dinosaurier und die Neandertaler und die Industrielle Revolution und Ähnliches. Aber das, was schon passiert ist, ist von keiner wirklichen Bedeutung. Diese Geschichte muss man nicht kennen, um auf sie aufzubauen. Für die Technologie zählt nur morgen.“

Die meisten in Silicon Valley gingen davon aus, das Internet habe die Welt so sehr verändert, dass historisches Wissen den Entscheidungsträgern von heute nicht mehr helfen könne – ein gefährlicher Irrtum. Kein Wunder, dass sie von den russischen Methoden so sehr überrascht wurden. Hätte das Silicon Valley mehr über die Geschichte der Kommunikationstechnologien und der internationalen Beziehungen gewusst, hätten Firmen wie Facebook und Twitter gewisse Muster vielleicht schneller erkannt und wären sich zweierlei bewusst gewesen: Erstens waren Kommunikationsnetzwerke nie apolitisch. Die internationale Politik so lange zu ignorieren, führte zu den gravierendsten Fehlern der Plattformen, die der politischen Instrumentalisierung ihrer Dienste offenbar ahnungslos gegenüberstanden. Dass das Internet keinen Weltfrieden herbeiführt, hat sehr wenig mit Technologie zu tun und viel mit der Natur der Menschheit. Trotz der Rhetorik einer „weltumspannenden Community“ wird das Internet genauso wie frühere Kommunikationstechnologien von Staaten als Mittel der asymmetrischen Informationswettbewerbe betrachtet – und benutzt.

Dies gilt, zweitens, umso mehr für Länder, die sich eingekreist oder international machtlos fühlen. Wie Deutschland zwischen 1900 und 1945 sehen sie in der Kommunikation einen Ausweg. Sie versuchen, Macht und Einfluss zu mehren, indem sie die internationale Politik durch Nachrichten beeinflussen. Eine Manipulation der internationalen Informationsnetzwerke ist billiger, wirksamer, zuverlässiger und „unsichtbarer“ als viele andere Methoden.

In Silicon Valley ignorieren bis heute zahlreiche Menschen die Geschichte. Ein Internetunternehmer allerdings, der der Zukunft mit aller Macht entgegenstrebt, weiß um den hohen Wert einer Beschäftigung mit der Vergangenheit. Paypal-, SpaceX- und Tesla-Pionier Elon Musk warb auf Twitter nicht nur für Physik und Ingenieurwissenschaften als Studienfächer, sondern fügte trocken hinzu: „Ein paar geisteswissenschaftliche Kurse schaden nicht, insbesondere Geschichte.“

Das Internet bleibt  
Schauplatz globaler  
Informationskriege



**Dr. Heidi Tworek**  
lehrt Geschichte an der University of British Columbia. Soeben erschien ihr Buch „News from Germany: The Competition to Control World Communication 1900–1945“.