

Die achte Front: Israels digitaler Iron Dome und der Kampf um die Deutungshoheit

Während sein Militär Gaza bombardiert, obwohl es einem Waffenstillstand zugestimmt hat, startet Tel Aviv parallel dazu eine Online-Offensive, die darauf abzielt, Widerstandsnarrative zum Schweigen zu bringen, die weltweite Wahrnehmung zu manipulieren und die digitale Erinnerung an seine Kriegsverbrechen umzuschreiben.



10. Oktober 2025 | Mohamad Hasan Sweidan

Der israelische Ministerpräsident Benjamin Netanjahu hat die „[achte Front](#)“ seines Krieges als Kampf um die Wahrheit bezeichnet. „[Sieben Fronten](#)“ gegen den Iran und seine Stellvertreter. Die achte: der Kampf um die Wahrheit“, sagte er während einer Zeremonie, die vom US-Sender Newsmax im Waldorf Astoria Hotel in Jerusalem veranstaltet wurde.

Ziel ist es, Vorwürfe des Völkermords und der vorsätzlichen Hungersnot im Zusammenhang mit dem seit zwei Jahren andauernden Krieg Israels im Gazastreifen zu widerlegen, wobei soziale Medien und Programme mit künstlicher Intelligenz (KI) die wichtigsten Schlachtfelder an dieser Front sind.

Digitaler Iron Dome

Im Zuge der Operation „Al-Aqsa Flood“ am 7. Oktober 2023 wurde Israels sogenannter [Digital Iron Dome](#) aktiviert, um digitale Inhalte abzufangen, so wie sein militärischer Dome Raketen abfängt. Aber statt Granatsplintern sind die Ziele Ideen – Beiträge, Bilder, Videos –, die Israels Gräueltaten in der belagerten Enklave aufdecken.

Diese digitale Kuppel funktioniert auf zwei Hauptebenen. Die erste ist das von Freiwilligen betriebene Meldesystem: eine landesweite Kampagne, bei der Nutzer soziale Medien mit Massenbeschwerden gegen Inhalte überschwemmen, die als ungünstig für Israel angesehen werden. Eine Mischung aus KI und menschlichen Prüfern klassifiziert gemeldete Beiträge schnell und leitet dann Löschanträge an Plattformen wie Meta, TikTok und X weiter. Das Ziel ist Schnelligkeit – die Erzählung zu unterbinden, bevor sie sich verbreitet.

Allein TikTok hat in den ersten sechs Monaten des Völkermords Israels in Gaza 3,1 Millionen Videos [gelöscht](#) und 140.000 Live-Streams unterbrochen. Die Cyber-Einheit der israelischen Generalstaatsanwaltschaft reichte im gleichen Zeitraum fast 9.500 Anträge auf Löschung ein, denen Meta angeblich in [94 Prozent](#) der Fälle nachkam.

Die zweite Ebene ist die algorithmische Kriegsführung: KI-Systeme scannen über 200.000 Websites, um abweichende Narrative zu identifizieren, und bombardieren dann die entlarvten Nutzer in Echtzeit mit bezahlten pro-israelischen Inhalten. Mit Werbekampagnen, die das Aussehen und den Zeitpunkt organischer Beiträge imitieren, überschwemmt Israel die Timelines mit einem künstlichen Gegenarrativ.

Diese doppelte Strategie zielt darauf ab, zu überwältigen und auszulöschen. Die erste unterdrückt die Verbreitung von Stimmen des Widerstands. Die zweite ersetzt sie durch staatlich genehmigte Fälschungen.

Soziale Medien als Kriegswaffe

„Wir alle sind Zielscheiben dieser Kriege. Wir sind diejenigen, deren Klicks darüber entscheiden, welche Seite gewinnt.“ (Peter Singer, Co-Autor von [LikeWar: The Weaponization of Social Media](#))

Am 26. September 2025 traf sich Netanjahu mit 18 in den USA ansässigen Social-Media-Manipulatoren. Die Anweisung lautete, TikTok, X, YouTube und Podcasts mit pro-israelischen Botschaften zu überschwemmen. Eine Woche später stellte Tel Aviv [145 Millionen Dollar](#) für seine bislang größte digitale Propagandakampagne mit dem Namen „Projekt 545“ bereit. Die Kampagne richtet sich mit [KI-gestützten](#), speziell auf TikTok und Instagram zugeschnittenen Inhalten an die US-amerikanische Öffentlichkeit, insbesondere an die [Generation Z](#).

Dokumente aus dem US-amerikanischen Foreign Agents Registration Act (FARA) zeigen, dass das israelische Außenministerium einen Vertrag mit [Clock Tower](#) abgeschlossen hat, einer Firma unter der Leitung von Brad Parscale, dem ehemaligen Wahlkampfmanager von US-Präsident Donald Trump. Ziel ist es, sowohl die öffentliche Debatte als auch die Reaktionen von KI-Plattformen wie ChatGPT, Grok und Gemini zu beeinflussen.

Parallel dazu wurde das „[Esther-Projekt](#)“ ins Leben gerufen, um US-Influencer mit Verträgen zu finanzieren, die Berichten zufolge bis zu 900.000 US-Dollar pro Person erreichen. Von diesen Einflussnehmern wird erwartet, dass sie 25 bis 30 Mal pro Monat Beiträge veröffentlichen und so einen konstanten Strom pro-israelischer Inhalte schaffen. Zwischen Juni und November 2024 wurden mindestens 900.000 US-Dollar an Kampagnenzahlungen an 14 bis 18 Influencer verteilt, wobei die Zahlungen durchschnittlich 6.100 bis 7.300 US-Dollar pro Beitrag betrugen.

Bridge Partners, ein Unternehmen, das einen Vertrag mit dem israelischen Außenministerium abgeschlossen hat, schickte eine Reihe von Rechnungen für die Kosten der Kampagne pro-israelischer

„Influencer“ an die internationale Mediengruppe „Havas Media Group“ in Deutschland, die für Israel arbeitet.

Show Faith by Works, ein neues Unternehmen, das im Juli 2025 gegründet wurde, erhielt in nur zwei Monaten 325.000 Dollar, um israelische Propaganda unter [christlichen Gemeinschaften](#) in den USA und im Westen zu verbreiten. Mit einem geplanten Budget von bis zu 4,1 Millionen Dollar für die Kampagne wird diese als die „größte Geofencing-Kampagne der christlichen Kirche in der Geschichte der USA“ bezeichnet. Unterdessen hat das israelische Außenministerium zusätzlich zu den regulären Programmen zur Imageförderung weitere 137 Millionen Dollar in globale Kampagnen zur Meinungsbildung investiert.

Diese Initiativen sind Teil einer umfassenderen Strategie, die oft als „[Hasbara](#)“ bezeichnet wird – ein hebräischer Begriff für Israels öffentliche Diplomatie und Propaganda. Im digitalen Zeitalter hat sich Hasbara von konventionellen Medienberichten zu ausgeklügelten, KI-gestützten Einflussoperationen entwickelt, die darauf abzielen, den Online-Diskurs zu dominieren und zu verzerren.

Ein Bericht des spanischen öffentlich-rechtlichen Senders RTVE, der sich auf eine Untersuchung von Eurovision News Spotlight beruft, enthüllte, dass die israelische Regierung rund [50 Millionen Dollar](#) für Werbeausgaben bei Google, X und den französisch-israelischen Werbenetzwerken Outbrain und Teads bereitgestellt hat.

Das Ziel bestand laut der Untersuchung darin, der weltweiten Berichterstattung über die Hungersnot in Gaza entgegenzuwirken, indem eine Fassade der Normalität dargestellt wurde. Von Januar bis Anfang September 2025 schaltete Tel Aviv mehr als 4.000 digitale Anzeigen – die Hälfte davon richtete sich an ein internationales Publikum. Diese Anzeigen präsentierten ein geschöntes Bild von Gaza, frei von Trümmern und Hunger.

Kriegsverbrechen digital reinwaschen

Der Online-Krieg macht nicht vor öffentlichen Plattformen Halt. Im Mai 2024 gab [OpenAI](#) bekannt, dass es fünf verdeckte „Einflussoperationen“ aufgedeckt habe, die seine Tools missbrauchten – eine davon wurde von dem israelischen Unternehmen STOIC betrieben. Das Unternehmen nutzte große Sprachmodelle, um pro-israelische Inhalte und anti-Hamas-Botschaften zu generieren, die auf das US-amerikanische Publikum zugeschnitten waren, und verbreitete diese dann über gefälschte Konten auf Facebook, X und Instagram.

Die [New York Times](#) (NYT) berichtete über eine parallele Operation der israelischen Regierung, bei der fast 600 gefälschte Konten verwendet wurden, um die Feeds von 128 US-Gesetzgebern mit über 2.000 kuratierten Kommentaren pro Woche zu überschwemmen. Diese Nachrichten verteidigten das Vorgehen Israels und diffamierten palästinensische Institutionen und den führenden humanitären Hilfsdienstleister im Gazastreifen, das Hilfswerk der Vereinten Nationen für Palästinaflüchtlinge im Nahen Osten ([UNRWA](#)).

Im vergangenen Jahr wurde UNRWA-Sprecherin Juliette Touma mit [folgenden Worten](#) zitiert:

Diese Anzeigen sind schädlich für die Menschen. Sie sollten eingestellt werden, und die Verantwortlichen für diese Sabotage sollten zur Rechenschaft gezogen werden. Nach Kriegsende sollte es zahlreiche Folgemaßnahmen gegenüber Unternehmen wie Google geben. Es gibt viel zu klären.

Mit diesen Methoden versucht Tel Aviv, oppositionelle Narrative im Keim zu ersticken und zu überschreiben, sobald sie auftauchen. Das Ergebnis ist ein digitaler Raum, der mit staatlicher Propaganda gesättigt ist – eine Zeitleiste, die darauf ausgelegt ist, vergessen zu lassen.

Export von Unterdrückung

Die globale Gefahr liegt in dem durch diesen Präzedenzfall geschaffenen Modell. Wenn eine koloniale Militärmacht, die glaubwürdigen Vorwürfen des Völkermords ausgesetzt ist, digitale Werkzeuge einsetzen kann, um die Geschichte in Echtzeit umzuschreiben, sendet dies ein klares Signal, dass jeder, der über Geld und Technologie verfügt, dasselbe tun kann.

Das System Israels ist einfach, aber verheerend effektiv: Massenanzeigen, um Dissens zum Schweigen zu bringen, gezielte Werbung, um die Wahrnehmung zu manipulieren, Verträge mit Influencern, um Zustimmung zu erzeugen, und KI-Tools, um die Wahrheit zu verzerren.

Wenn sich dieses Modell verbreitet, werden Widerstandstimmen weltweit – von Studenten über Journalisten bis hin zu indigenen Bewegungen – ihre Wahrheiten unter einer Lawine bezahlter staatlicher Propaganda begraben sehen.

Tel Aviv mag Pionierarbeit bei dieser digitalen Besetzung der Wahrheit geleistet haben. Aber es wird nicht das letzte Land sein, das sie gegen diejenigen einsetzt, die für Gerechtigkeit kämpfen.