

Die FARA-Offenlegung der israelischen Influencer-Kampagne und ihre rechtlichen, steuerlichen und ethischen Implikationen für Individuen und Plattformen

Jüngste Einreichungen gemäß dem **US-amerikanischen Foreign Agents Registration Act (FARA)** haben eine Influencer-Kampagne mit dem Namen „**The Esther Project**“ enthüllt, die vom israelischen Außenministerium finanziert wird. Dokumente, die von **Bridges Partners LLC** am 26. September 2025 eingereicht wurden, detaillieren Verträge, die über **Havas Media Group Germany** geleitet werden, um Social-Media-Influencer zu engagieren, die pro-israelischen Inhalt für US-amerikanische und globale Zielgruppen posten. Das offengelegte Budget beläuft sich auf etwa **900.000 USD** für den Zeitraum von Juni bis November 2025 und unterstützt 14–18 Influencer, die 75–90 Beiträge erstellt haben, wobei Analysten **6.000–7.000 USD pro Beitrag** schätzen.

Während diese Einreichungen die Transparenzanforderung von FARA für Bridges Partners als primären Agenten erfüllen, heben sie kaskadierende Risiken hervor: persönliche Haftungen nicht registrierter Influencer, Durchsetzungspflichten von Plattformen nach Werberecht und grenzüberschreitende Steuerpflichten. Der Fall zeigt, wie digitale Einflussoperationen Gesetze aus der Mitte des 20. Jahrhunderts in einer Ära algorithmischer Verstärkung auf die Probe stellen.

Der Rahmen des Foreign Agents Registration Act

FARA (22 U.S.C. § 611 ff.) – ursprünglich geschaffen, um NS-Propaganda aufzudecken – verlangt die Registrierung für jeden, der „*auf Anweisung, Bitte oder unter der Leitung oder Kontrolle*“ eines ausländischen Prinzipals handelt, um die US-Politik oder Meinung zu beeinflussen. Einreicher müssen Aktivitäten, Finanzen und verbreitete Materialien offenlegen und halbjährlich aktualisieren.

Wichtige Bestimmungen:

1. **Breite Anwendbarkeit** – umfasst Regierungsauftragnehmer, PR-Firmen und Individuen, die politische oder werbende Arbeit leisten.
2. **Individuelle Verantwortung** – jede natürliche Person, die die Aktivität ausführt, muss eine *Short-Form*-Registrierung einreichen, unabhängig von der Einreichung des Arbeitgebers.
3. **Strafen** – zivilrechtliche Bußgelder für fahrlässige Versäumnisse; bis zu **fünf Jahren Haft** oder **10.000 USD Bußgelder** für vorsätzliche Verstöße (22 U.S.C. § 618(a); 18 U.S.C. § 951).

3. Implikationen für die Influencer

FARA-Pflichten

Influencer, die vom israelischen Sponsoring und der US-zielgerichteten Absicht Kenntnis haben, gelten als Agenten und müssen individuelle Short-Form-Einreichungen vornehmen. Nur der Hauptvertreter von Bridges Partners, Uri Steinberg, scheint registriert zu sein. Nicht registrierte Teilnehmer könnten daher nicht konform sein. Das erneuerte Augenmerk des DOJ auf Online-Influenzkampagnen (siehe FARA Unit Annual Reports 2023–24) deutet auf mögliche Prüfungen hin, sogar für Micro-Creator.

Werberechtliche Pflichten

Die **FTC Endorsement Guides (16 C.F.R. Part 255)** fordern klare #ad-Kennzeichnungen für bezahlten Inhalt. Auslassungen in politischer Botschaft stellen eine täuschende Praxis nach § 5 des FTC Act dar und unterwerfen Schöpfer oder sponsorierende Agenturen Anordnungen und Bußgeldern.

Besteuerung

Einnahmen aus gesponserten Beiträgen zählen als **Selbständigkeitseinkommen** (26 U.S.C. § 1402). US-Residenten müssen dies in Schedule C melden; Nicht-Residenten könnten einer 30 %-Quellensteuer auf US-quelligen Arbeiten unterliegen. Nichtoffenlegung birgt Strafen bis zu 75 % der unbezahlten Steuer oder strafrechtliche Verfolgung wegen Veruntreuung (26 U.S.C. § 7201).

Reputationsfolgen

Neben gesetzlichen Pflichten untergräbt geheime Koordination mit einem ausländischen Staat die Authentizität, auf der Influencer-Ökonomien beruhen. Für Schöpfer, deren Glaubwürdigkeit ihre Währung ist, kann die öffentliche Enthüllung unoffenlegter Staatszahlungen karrierebeendend sein.

Implikationen für X Corp und andere Plattformen

Werbe- und Offenlegungskonformität

Nach FTC-Regeln und EU-DSA-Artikeln 26–39 müssen große Plattformen transparente Kennzeichnung gesponserten Materials sicherstellen. Wenn Xs Algorithmen unoffenlegte politische Beiträge fördern, könnten Regulierer dies als Förderung täuschender Werbung werten. Verstöße gegen DSA-Bestimmungen zur Werbetransparenz oder systemischen Risiken können Bußgelder bis zu **6 % des globalen Umsatzes** nach sich ziehen.

FARA-Exposition

Plattformen entgehen normalerweise FARA-Haftung als neutrale Träger. Doch Beweise für direkte Zusammenarbeit – wie algorithmische Boosting als Teil des Esther Projects verkauft – könnten DOJ-Untersuchungen nach den „politischen Propagandaklauseln“ des Gesetzes auslösen.

Unternehmenssteuer

Da Zahlungen außerhalb des X-Werbeverkaufssystems erfolgten, beeinflussen sie nicht die Unternehmenssteuerhaftung. Die Exposition liegt in der Regulierung, nicht im Umsatz.

Breitere Implikationen für Governance und Politik

Das Esther Project verkörpert die Konvergenz staatlicher Propaganda mit Influencer-Marketing. Traditionelles Lobbying nahm eine sichtbare Grenze zwischen Regierungen und Bürgern an; Social Media löschen sie aus. Wenn geopolitische Botschaften als Peer-to-Peer-Authentizität getarnt werden, wird demokratischer Diskurs von gezielter Werbung ununterscheidbar.

Diskutierte Abhilfen umfassen:

- DOJ-Richtlinien zu FARA für Online-Schöpfer.
- Obligatorische „ausländische-Sponsoring“-Markierungen auf Plattformebene.
- Internationale Steuerkoordination durch die OECD für grenzüberschreitende Influenz-Zahlungen.

Der Vorfall mit X Corp-Verifizierung und Sperrung vom 4. Oktober 2025

Am **4. Oktober 2025** beobachteten Nutzer Massen-**Widerrufe blauer und goldener Verifizierungsabzeichen** von Accounts, die israelische Politik oder die Esther Project-Offenlegungen kritisierten, einschließlich Journalisten, Akademiker und NGOs. Keine öffentliche Begründung begleitete die Aktion. Kurz darauf wurde der Analyse-Account **@Uncensored.AI**, der sowohl das Influencer-Programm als auch Xs Moderation untersucht hatte, **ohne Vorwarnung gesperrt**. Ein interner Mitarbeiter-Kommentar, der eine „Richtlinien-Durchsetzungsüberprüfung“ beschrieb, wurde später zurückgezogen, und der Mitarbeiter soll getadelt worden sein.

Obwohl Xs Nutzungsbedingungen diskretionäre Abzeichenentfernungen erlauben, lud das Timing – inmitten erhöhter Diskussionen über ausländischen Einfluss – Vorwürfe der Meinungsverzerrung ein. Nach dem **EU Digital Services Act**, Artikel 34, müssen sehr große Plattformen systemische Risiken wie Desinformation und politisch motivierte Moderation mildern. Eine koordinierte oder rachemotivierte Sperrung könnte somit eine Untersuchung der Europäischen Kommission auslösen. In den USA eröffnen solche Aktionen Debatten über den Umfang von Section 230 und die quasi-öffentliche Rolle dominanter Kommunikationsplattformen neu.

Ethische und moralische Dimensionen

Jenseits von Gesetzen und Einreichungen liegt eine tiefere moralische Frage: **Was bedeutet es für Wahrheit und Einwilligung, wenn demokratische Gespräche leise gekauft und verkauft werden?**

1. **Täuschung des Publikums** – Influencer zu bezahlen, um Staatspropaganda als persönliche Überzeugung darzustellen, untergräbt informierte Einwilligung. Bürger verdienen es zu wissen, wenn Überredung von einer Regierung bezahlt wird – insbesondere einer, die in einen bewaffneten Konflikt verwickelt ist.
2. **Manipulation der Empathie** – Die Ausnutzung parasozialen Vertrauens verwandelt emotionale Verbindungen in ein Instrument der Staatskunst. Follower denken, sie hören einen Freund; in Wirklichkeit sind sie Ziel einer verdeckten Kampagne.
3. **Erosion des journalistischen Raums** – Wenn gesponserte „persönliche Meinungen“ Feeds fluten, verdrängen sie unabhängigen Journalismus und bürgerliche Stimmen ohne vergleichbare Finanzierung. Informationsasymmetrie wird zu moralischer Asymmetrie.
4. **Plattformverantwortung** – Die algorithmische Undurchsichtigkeit von X Corp verwandelt moralische Verantwortung in statistische Wahrscheinlichkeit. Ein Unternehmen, das von Engagement – sogar Empörung – profitiert, trägt ethische Verantwortung dafür, wie seine Systeme Wahrnehmung formen.
5. **Mittäterschaft und Gewissen** – Influencer, die solche Verträge annehmen, mögen das Gesetzeswort durch spätere Offenlegung erfüllen, doch der Geist der Authentizität – der moralische Pakt zwischen Sprecher und Zuhörer – ist bereits gebrochen.

In moralischen Begriffen ist das Esther Project nicht nur eine rechtliche Fußnote; es ist ein Symptom eines breiteren ethischen Drifts, in dem Wahrheit zur Ware wird und demokratisches Vertrauen zu einem handelbaren Asset.

Schlussfolgerung

Die FARA-Einreichungen des Esther Projects markieren einen kleinen Sieg für Transparenz, enthüllen aber enorme Lücken in der Durchsetzung und Ethik. Vermittler haben sich registriert; die individuellen Influencer offenbar nicht. Jeder steht potenzieller Exposition nach FARA, FTC und Steuerrecht gegenüber, während X Corp wachsender Prüfung nach DSA und öffentlicher Kritik für wahrgenommene Zensur begegnet.

Doch die schwerwiegendste Folge könnte moralisch sein: eine Korrosion des öffentlichen Glaubens an authentische Rede. Wenn Staatsnarrative private Stimmen kaufen und Plattformen Sichtbarkeit schlichten, löst sich die Grenze zwischen Überredung und Manipulation auf. Gesetzesaktualisierungen sind notwendig; die Wiederherstellung der Integrität ist imperativ. Solange Wahrheit und Sponsoring getrennte Räume einnehmen, bleibt demokratischer Diskurs Geisel des Höchstbieters.

Quellen

- Bridges Partners LLC, *Foreign Agents Registration Act Einreichungen*, US-Justizministerium (26. Sept. 2025).
- *Responsible Statecraft*, „Wer sind die ‚Influencer‘, die Israel 7.000 USD pro Beitrag zahlt?“ (2. Okt. 2025).
- *Jerusalem Post*, „Im Inneren des israelischen ‚Esther Projects‘“ (1. Okt. 2025).

- *Al Mayadeen English*, „Esther Project: Bezahlte pro-israelische Influencer umgehen FARA-Regeln“ (3. Okt. 2025).
- *Middle East Eye*, „Israel bezahlt US-Influencer, um negative öffentliche Meinung umzu-kehren“ (3. Okt. 2025).
- *ProPublica*, „Verifizierte Accounts auf X gedeihen, während sie Fehlinformationen zum Israel-Hamas-Konflikt verbreiten“ (19. Dez. 2023).
- *Rolling Stone*, „Grok behauptet, kurz von X gesperrt worden zu sein, nach Anschuldi-gung Israels der Völkermord“ (12. Aug. 2025).
- *Business Standard*, „Warum Musks Grok AI kurz auf X gesperrt wurde“ (12. Aug. 2025).
- *Finance Yahoo News*, „X entfernt goldenes Verifizierungsabzeichen von The New York Times“ (Okt. 2023).
- *Al Jazeera*, „Shadow-Banning: Zensieren Social-Media-Riesen pro-palästinensische Stimmen?“ (24. Okt. 2023).
- Europäische Kommission, *Digital Services Act-Verfahren gegen X Corp*, 2023–2025.
- US-Justizministerium, *FARA Enforcement Unit Annual Reports 2023–2024*.
- US Federal Trade Commission, *Endorsement Guides*, 16 C.F.R. Part 255 (2023).
- Internal Revenue Service, *Publication 334: Tax Guide for Small Business* (2024).