

http://fshh.rschr.de/pdf/Dirk_Schmitz_Gigantische_Verschwoerung_gegen_Elon_Musk_2025-02-04.pdf

<https://www.alexander-wallasch.de/gesellschaft/gigantische-verschwoerung-gegen-elon-musk-aufgedeckt-es-geht-um-milliarden-dollar>

2025-02-04

Ein Kartell wollte in den USA die Plattform X boykottieren

Gigantische Verschwörung gegen Elon Musk aufgedeckt – Es geht um Milliarden Dollar

04. Februar 2025 um 10:01 Uhr von RA Dirk Schmitz



Sie haben Werbedollars von konservativen Medien ferngehalten und deren Vernichtung geplant. © Quelle: Pixabay/TRAPHITHO

Ein Kartell wollte Musk und X vernichten und steht jetzt vor Prozessrisiken von hundert Millionen Dollar, einem Schadensersatz im Milliardenbereich und einem erwartbaren Sieg von Musk.

„Musk verklagt noch mehr Firmen, weil sie nicht bei ihm Werbung schalten. Eine im August gestartete Sammelklage des Unternehmers wird um Firmen wie Nestlé, Colgate, Lego und Shell erweitert.“

[So berichtete zuletzt der österreichische Standard.](#)

Nicht ohne Häme berichtet das Blatt weiter:

„Es handle sich um eine Verschwörung, erklärte schon im August des Vorjahres Linda Yaccarino, die Chefin von X. Gemeint waren der Abzug von Werbegeldern und die Aussetzung von Anzeigenschaltungen auf der Nachrichtenplattform. Viele Firmen fühlten sich im von Musk neu geschaffenen Umfeld der "freien Meinungsäußerung" nicht mehr wohl und stellten Zahlungen in Richtung X ein.“

Blöder Musk, blödes X, möchte man meinen. Alles Bullshit. Musk führt gerade – kaum bemerkt – die globale woke Werbebranche vor wie niemand vor ihm und endet mit einem weltweiten K.-o.-Sieg. Und dem Tod des Gegners.

Warum Sie als Leser nichts davon wissen? Weil es den woken Medien mehr als peinlich ist. Keine konkrete Berichterstattung im deutschen Sprachraum. Es wird einfach verschwiegen.

Worum geht es? Um einen Wirtschaftskrimi, eine echte Weltverschwörung. Diesmal beweisbar:

Die Global Alliance for Responsible Media (GARM) war eine Initiative der Werbeindustrie, die von der World Federation of Advertisers (WFA) im Juni 2019 ins Leben gerufen wurde. Ihr vordergründiges Ziel: Die Sicherheit und Verantwortlichkeit von Medienumgebungen zu verbessern, insbesondere im digitalen Bereich, indem GARM gegen schädliche Inhalte vorgeht und branchenweite Standards für Marken- und Mediensicherheit setzt.

Der Weltverband der Werbetreibenden (World Federation of Advertisers, WFA) ist die Stimme der Vermarkter weltweit. Er vertritt 90 Prozent der weltweiten Ausgaben für Marketingkommunikation – rund 900 Milliarden Euro pro Jahr – über ein einzigartiges globales Netzwerk [der größten Märkte und größten Vermarkter der Welt](#)

GARM wurde gegründet, so die Eigenwerbung, um Werbetreibende, Agenturen, Technologieplattformen und Medienunternehmen zusammenzubringen, damit sie gemeinsam:

Standards für Markensicherheit (Brand Safety) entwickeln und durchsetzen. Schädliche Inhalte in digitalen Medien bekämpfen, insbesondere auf Social-Media-Plattformen und in programmatischen Werbenetzwerken.

Transparenz und Messbarkeit im Bereich der Mediensicherheit verbessern.

GARM vereinte alle wichtigen Akteure der Werbe- und Medienbranche, darunter:

- Alle großen Werbetreibenden wie Unilever, Procter & Gamble und Nestlé.
- Plattformen wie Google, Meta (Facebook, Instagram), TikTok, Twitter (X) und YouTube.
- Agenturen und Branchenverbände wie GroupM, Publicis, Omnicom und die World Federation of Advertisers (WFA).
-

- Zivilgesellschaftliche Organisationen wie NGOs, die sich für eine „sichere Online-Umgebung“ einsetzen, Zensur also.

GARM definierte globale Medienstandards für „schädliche Inhalte“ und setzte diese mit Plattformen um. Diese Standards umfassen die Identifikation und Bekämpfung von:

1. Hassrede und Desinformation (Hate Speech, Fake News)
2. Gewaltdarstellungen und extremistische Inhalte
3. Sexuell explizite Inhalte
4. Diskriminierung und Belästigung
5. Schädliche oder unsichere Kinderinhalte
6. Drogen- und Alkoholmissbrauch
7. Waffen- und Gewaltverherrlichung

Schon deren Aufgaben waren verdächtig:

Harmonisierung der Definitionen für Markensicherheit: GARM hat eine einheitliche Klassifikation für „problematische Inhalte“ entwickelt, die Plattformen wie YouTube, Meta und TikTok anwenden sollten.

Messbarkeit von Markensicherheit: Einführung von Transparenz- und Berichtstools zur Bewertung, wie gut Plattformen „problematische Inhalte“ reduzieren.

Zusammenarbeit mit Regulierungsbehörden: Unterstützung globaler Regulierungsinitiativen gegen problematische Online-Inhalte.

Dabei ging es tatsächlich um den „Kampf gegen rechts“, die Republikaner und die politische Herrschaft über globale soziale Plattformen. Denn unter den Aufgaben stachen vor allem „Hate Speech“ und „Fake News“ heraus.

Um die Verschwörung perfekt zu machen: Im November 2019 ging GARM [eine Partnerschaft mit dem Weltwirtschaftsforum \(WEF\)](#) ein, um gemeinsam Maßnahmen zur Schaffung eines globalen digitalen Zensurumfeldes zu entwickeln.

Im Januar 2020 stellte GARM beim Jahrestreffen des WEF in Davos seine Weltstrategie vor, um ein „nachhaltigeres und verantwortungsbewusstes digitales Umfeld“ zu schaffen, das sowohl Verbraucher als auch Marken bevormundete. Diese Initiative koordinierte weltweit führende Werbetreibende, Agenturen und Medienplattformen, um gemeinsam gegen „schädliche Online-Inhalte“ vorzugehen.

Dabei blieb immer verdächtig offen und undefiniert, was denn solche Inhalte sein sollten.

Und dann übernahm Musk Twitter, erklärte „Meinungsfreiheit“ und nannte es in X um. Die woke Werbeindustrie und ihre Handlanger wollten sich Musk nicht gefallen lassen und griffen X an, wollten die Plattform X nachweisbar ökonomisch vernichten. Nach der Übernahme von Twitter durch Elon Musk im Jahr 2022 veranlassten GARM und Co. im Rahmen ihrer „Richtlinien und Aktivitäten“, dass sich zahlreiche Werbekunden von der Plattform zurückzogen. Gütliche Versuche der Einigung scheiterten an GARM und ihren Verbündeten aus weltanschaulichen Gründen. Werbung dürfe nicht neben unangemessenen Beiträgen erscheinen. Zensur sei Pflicht.

Mit dem Falschen angelegt. Jetzt schoss Musk mit finalem Todesschuss zurück.

Im August 2024 reichte X eine Kartellklage gegen GARM und mehrere große Unternehmen ein, darunter Unilever, Mars und CVS Health. Die Klage warf ihnen vor, sich illegal kartellrechtlich abgesprochen zu haben, um X durch einen koordinierten Werbeboykott finanziell zu schädigen.

Infolge dieser Klage mit Prozessrisiken von hunderten Millionen Dollar, einem Schadensersatz im Milliardenbereich und einem erwartbaren Sieg Musks gab GARM schon kurz nach Klageeinreichung bekannt, dass es aufgrund der „erheblichen Belastung seiner Ressourcen und Finanzen“ seine Aktivitäten einstellen werde.

Aktuell, Anfang Februar 2025 erweiterte X die Klage um weitere Unternehmen wie Nestlé, Colgate-Palmolive, Tyson Foods, Shell, Pinterest und Lego. X behauptet, dass diese Unternehmen an einem koordinierten Boykott beteiligt waren, der zu erheblichen Einnahmeverlusten führte.

Die US-Staatsanwaltschaft ermittelt – schon vor dem Wahlsieg Trumps – gegen die Verantwortlichen von GARM wegen Verschwörung, die mit ihrer „Mutter“ bis zu ihrer Auflösung 90 Prozent der globalen Marketingausgaben kontrollierten.

Der unerhörte Vorwurf: Werbedollars von unliebsamen konservativen Medien systematisch fernzuhalten und deren Vernichtung zu planen. GARM wird beschuldigt, systematisch Meinungsfreiheit, insbesondere im Internet, unterdrückt zu haben – unter Verletzung der US-Bundeskartellgesetze, sagte sogar der Justizausschuss des Repräsentantenhauses in seinem alarmierenden Bericht.

Vertreter der Generalstaatsanwälte von Montana und Missouri bestätigten zwischenzeitlich, dass sie die vom Repräsentantenhaus aufgedeckten Beweise prüfen. Fast sicher: Mit der Wahl von Trump wird jetzt das Justizministerium tätig werden.

Die Untersuchung konzentriert sich darauf, ob GARM und seine Mitglieder gegen Abschnitt 1 des Sherman Antitrust Act verstoßen haben, der illegalen Boykott regelt. Abhängig von der Schwere des angeblichen Fehlverhaltens bedeutet dies zivil- und strafrechtliche Anklagen – auch nach Verbandsauflösung.

Der Bericht des Repräsentantenhauses hat E-Mails und Zeugenaussagen des linksextremen ehemaligen GARM-Chefs Robert Rakowitz zusammengestellt, der in einer Vernehmung mit den Ermittlern eingeräumt hat, sogar einen Boykottaufruf an die GARM-Mitglieder gesandt zu haben.

In einer internen E-Mail vom 9.2.2023 prahlte Rakowitz damit, dass X „80 Prozent unter den Umsatzprognosen“ läge, seit GARM Musk in Markensicherheitsfragen herausforderte. Rakowitz ermutigte GARM-Mitglieder, Zensur-Empfehlungen von „unabhängigen Faktenprüfern“ wie dem Global Disinformation Index und NewsGuard anzunehmen und hart durchzusetzen. GDI, eine in Großbritannien ansässige Organisation, hat Mittel vom damals demokratischen US-Außenministerium sowie von George Soros finanzierten Gruppen erhalten.

Dabei griffen sie auch massiv Facebook und Instagram an, was sie besser unterlassen hätten. Denn Zuckerberg wechselte mit Trumps absehbarem Regierungsantritt die Richtung zu Anti-Zensur-Aktivitäten. Das machte ihn zum Verbündeten des sonst bei ihm unbeliebten Musk.

NewsGuard, das Websites und Nachrichtenquellen scannt und deren „Zuverlässigkeit“ bewertet, ist ebenfalls Gegenstand einer Untersuchung durch das House Oversight Committee.

Dieses meinte, dass es sich um „Zensurkampagnen“ und Verstöße gegen den Ersten Verfassungszusatz handele. Rakowitz bedauert zwischenzeitlich, sich selbst zum „Idioten gemacht zu haben, der Musk in Markensicherheitsfragen herausgefordert habe.“

Dem US-Repräsentantenhauses liegen nunmehr E-Mails vor, die klar beweisen, dass Rakowitz in direktem Kontakt mit GroupM stand, der weltweit größten Media-Agentur, die zum WPP-Konzern gehört. Hier gab es direkte Korrespondenz über den Ausschluss konservativer Medien.

Sie verwendeten dabei konspirativ Ausschlusslisten und „schwarze Listen“, die nur geheim und privat geteilt wurden und die indirekt und direkt den Fluss von Milliarden von Dollar an Werbeausgaben steuerten. Dabei diskutierten Rakowitz und John Montgomery, ehemaliger Executive Vice President of Global Brand Safety bei der weltgrößten Medienkaufagentur GroupM, eine Strategie, Nachrichtenagenturen wie Fox News, The Daily Wire und Breitbart News zu blockieren, [heißt es in dem Bericht](#).

Aktuell soll sich übrigens Unilever bereits mit Musk verglichen haben. Sie verlassen das sinkende Schiff und retten sich ins Trockene.

Mit freundlicher Genehmigung von Dirk Schmitz übernommen aus [ALEXANDER WALLASCH](#).