CeMAS

Research Paper

Wahlen im Visier: Russische Informationsmanipulation im Umfeld der Landtagswahlen im Herbst 2026

Julia Smirnova
Anna Meyer

Oktober 2026

Zentrale Erkenntnisse

- Die Landtagswahlen in Sachsen-Anhalt, Berlin und Mecklenburg-Vorpommern sowie die Kommunalwahlen in Niedersachsen im September 2026 wurden zum Ziel russischer Informationsmanipulation. Im Untersuchungszeitraum zwischen 30. Juni und 21. September 2026 dokumentierte CeMAS Aktivitäten der russischen Kampagnen und Akteure **Operation Overload (Matryoshka), Doppelgänger, Storm-1516 und Foundation to Battle Injustice**.

- **Operation Overload** verbreitete auf X mindestens 196 gefälschte Videos mit Logos journalistischer Medien und 20 gefälschte Titelseiten von Zeitungen und Magazinen. Die Inhalte diskreditierten Kandidat:innen und Politiker:innen demokratischer Parteien, verbreiteten polarisierungsfördernde Behauptungen über die Spaltung zwischen Ost- und Westdeutschland sowie Falschbehauptungen über einen angeblichen Wahlbetrug.

- **Die Doppelgänger-Kampagne** verbreitete mindestens 72 Posts mit Wahlbezug, häufig mit Links zu gefälschten Nachrichtenseiten. Die Inhalte diskreditierten demokratische Parteien, unterstützten die rechtsextreme AfD und griffen insbesondere die Unzufriedenheit mit der Bundesregierung auf. Narrative, die eine Spaltung zwischen Ost- und Westdeutschland verstärken sollten, wurden verbreitet.

- **Operation Overload und Doppelgänger** erzielten auf X laut Plattformmetriken insgesamt Millionen Aufrufe und hohe Interaktionszahlen. Diese wurden jedoch durch nicht-authentische Amplifizierung künstlich erhöht. Bei der Überprüfung fanden sich **kaum authentisch wirkende Reaktionen oder Hinweise auf eine eigenständige Weiterverbreitung** der Inhalte. CeMAS geht deshalb davon aus, dass die tatsächliche organische Reichweite der Kampagnen deutlich geringer ist, als die Plattformmetriken vermuten lassen.

- **Die Kampagne Storm-1516** diskreditierte den CDU-Spitzenkandidaten in Sachsen-Anhalt Sven Schulze mit erfundenen Vorwürfen und verbreitete unmittelbar vor den Wahltagen inszenierte Videos über angeblichen Wahlbetrug zu Ungunsten der AfD. Die Videos wurden von reichweitestarken Accounts auf X verbreitet. Auch eine Verbreitung auf YouTube, TikTok und Instagram wurde dokumentiert.

- **Bund und Länder sollten sich langfristig auf verstärkte Versuche ausländischer Wahlbeeinflussung vorbereiten und wirkungsvolle Gegenmaßnahmen entwickeln.** Dazu gehören die Stärkung unabhängiger Monitoring- und Analysekapazitäten, feste Kooperationsstrukturen zwischen Behörden, Forschung und Zivilgesellschaft sowie erprobte Krisen- und Kommunikationspläne.

- **Bekannte Desinformationsakteure und ihre Infrastruktur müssen konsequenter bekämpft werden.** Dazu sollten bestehende Sanktionen durchgesetzt, Finanzierungsnetzwerke offengelegt und die Infrastruktur der Kampagnen eingedämmt werden. Social-Media-Plattformen müssen stärker gegen koordinierte, nicht-authentische Netzwerke vorgehen und ihre Maßnahmen transparent und unabhängig überprüfbar machen.
- **Unmittelbar vor, während und nach Wahlen müssen ausländische Einflussversuche frühzeitig erkannt und wirksam eingedämmt werden.** Dafür braucht es erprobte Melde- und Kommunikationswege, die frühzeitige Information Betroffener sowie gezielte Aufklärung über Manipulationstaktiken und Falschbehauptungen zur Wahlintegrität.

Landtagswahlen als Ziel ausländischer Informationsmanipulation

Die Landtagswahlen in Deutschland im September 2026 waren von einem hohen Ausmaß ausländischer Informationsmanipulation betroffen. CeMAS identifizierte Aktivitäten mehrerer russischer Desinformationsakteure sowie Kampagnen im Umfeld der Wahlen. Diese Beeinflussungsversuche sind im Kontext der langfristigen russischen Strategie zu sehen, demokratische Institutionen in Deutschland zu destabilisieren sowie pro-russische und antidemokratische politische Kräfte zu unterstützen. Durch die Beeinflussung mehrerer Landtagswahlen sollte mutmaßlich eine größere politische Krise auf Bundesebene herbeigeführt werden.

Ausländische Einflussversuche sind nicht automatisch wirksam. Kampagnen wie Operation Overload und Doppelgänger setzen vor allem auf nicht-authentische Verstärkung und nicht-authentische Aufrufe auf Social-Media-Plattformen; ihre organische Reichweite war auch vor den Landtagswahlen eingeschränkt. Die russische Beeinflussungsstrategie ist jedoch langfristig angelegt und hat das Potenzial, das Vertrauen in Wahlprozesse, demokratische Institutionen und Medien nachhaltig zu schwächen.

Russische Wahlbeeinflussungsversuche folgen typischerweise einem bestimmten Muster und verlaufen in Phasen (EEAS 2026). Dabei werden demokratische Kandidat:innen diskreditiert, polarisierende Themen verstärkt und die Wahlintegrität angegriffen. Da sich diese Vorgehensweise mit lokaler und regionaler Anpassung häufig wiederholen, lassen sich mögliche Einflussversuche frühzeitig antizipieren und entsprechende Gegenmaßnahmen bereits im Vorfeld von Wahlen vorbereiten. Hinzu kommt, dass die verantwortlichen Desinformationsakteure häufig über Ländergrenzen hinweg aktiv sind und versuchen, Wahlen in verschiedenen Ländern zu beeinflussen. Ihre Aktivitäten sollten daher grenzübergreifend ermittelt und eingedämmt werden.

Das vorliegende Paper stellt die Ergebnisse des CeMAS-Monitorings[1] zu ausländischen Einflussversuchen im Umfeld der Landtagswahlen im September 2026 vor und leitet daraus Handlungsempfehlungen zum Schutz künftiger Wahlen ab. Die Analyse ausländischer Informationsmanipulation beschränkt sich auf Aktivitäten in sozialen Medien, die mit hoher Wahrscheinlichkeit bekannten ausländischen Desinformationsakteuren zugeordnet werden konnten. Die Ergebnisse bilden daher nicht

[1] Das Monitoring wurde unter anderem mithilfe von Osavul (osavul.cloud) durchgeführt, einer in der Ukraine entwickelten KI-gestützten Plattform für narrative Intelligenz zur Erkennung und Analyse von Informationsmanipulation. Die Auswertungen für X wurden mithilfe des Social-Listening-Tools Meltwater erstellt. Außerdem wurden eigene Monitoring- und Analyse-Tools verwendet sowie Meldungen anderer Organisationen berücksichtigt.

zwangsläufig das gesamte Ausmaß ausländischer Einflussversuche ab, da weitere Aktivitäten stattgefunden haben könnten, die nicht mit ausreichender Sicherheit attribuiert werden konnten.

Operation Overload (Matryoshka)

Im Zeitraum zwischen 30. Juni und 16. September 2026 dokumentierte CeMAS 196 gefälschte Videos mit Logos von Medienorganisationen sowie 20 gefälschte Titelseiten von Tageszeitungen und Magazinen mit thematischem Bezug zu Deutschland, die von nicht-authentischen Accounts auf der Social-Media-Plattform X verbreitet wurden. CeMAS schreibt diese Inhalte und Postings mit hoher Wahrscheinlichkeit der Einflusskampagne Operation Overload (auch bekannt als Matryoshka oder Storm-1679) zu.

Die Kampagne verwendete bereits zuvor (Check First 2025, Lecher et al. 2026) dokumentierte Tactics, Techniques and Procedures (TTPs), etwa die Erstellung von Medieninhalten, die journalistische Medien nachahmen, sowie die Verbreitung und nicht-authentische Amplifikation auf Social-Media-Plattformen. Die Inhalte diskreditierten Kandidat:innen der Parteien CDU, SPD, Bündnis 90/Die Grünen, Die Linke und FDP in Berlin, Sachsen-Anhalt, Mecklenburg-Vorpommern und Niedersachsen mit falschen Vorwürfen von Verbrechen, Suchtkrankheiten oder allgemeinem Fehlverhalten (siehe Abbildung 1). Des Weiteren wurden demokratische Parteien und Politiker:innen aus diesen Parteien auf der Bundesebene diskreditiert. Die Videos und Posts riefen dazu auf, bei den Wahlen nicht für diese Parteien zu stimmen.

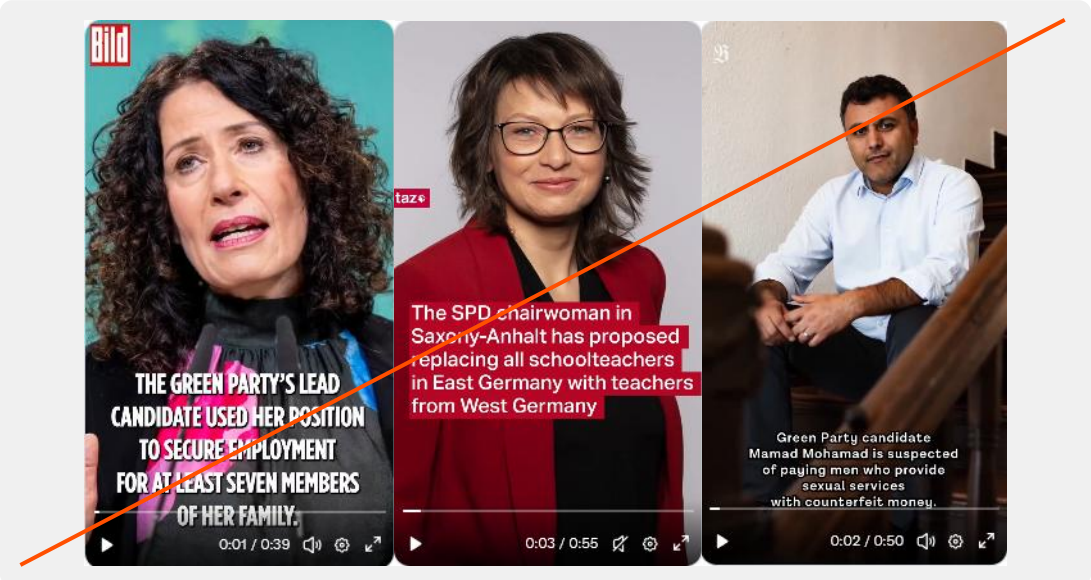


Abbildung 1: Gefälschte Videos mit Logos etablierter Medien, die von Operation Overload verbreitet wurden, um Kandidat:innen zu diskreditieren.

Das von CeMAS dokumentierte Sample von 196 Videos mit Bezug zu Deutschland wurde manuell auf die zentralen Narrative kodiert (siehe Abb. 2). Dabei konnte ein

Video mehrere Narrative enthalten, beispielsweise die Diskreditierung von Parteien oder Kandidat:innen und unbelegte Vorwürfe von Wahlbetrug durch eine bestimmte Partei oder eine Wahlaufforderung. Die Mehrheit der Videos (133) diskreditierte konkrete Kandidat:innen oder Politiker:innen der demokratischen Parteien. In 88 Videos richtete sich die Diskreditierung gegen die Parteien. In 29 Videos wurde gezielt versucht, mit Falschbehauptungen Spannungen zwischen Ost- und Westdeutschland zu verstärken. Sie unterstellten ohne Angabe von zuverlässigen Quellen den Medien oder Politiker:innen aus Westdeutschland, abwertende Aussagen über Menschen aus Ostdeutschland gemacht zu haben, und verbreiteten unbelegte Behauptungen, dass Menschen aus Ostdeutschland diskriminiert würden. Mehrere Videos verwendeten Audio-Deepfakes von Prominenten, um Falschbehauptungen zu verbreiten, wonach diese dazu aufgerufen hätten, Deutschland in Ost und West aufzuteilen. Des Weiteren wurde das Drohszenario verbreitet, Deutschland werde bis 2030 zerfallen.

Die Integrität der Wahl wurde in 28 Videos thematisiert. Dabei wurden Falschbehauptungen über angeblichen Wahlbetrug verbreitet, der von demokratischen Parteien, insbesondere von der CDU, organisiert worden sei. In zwölf Videos wurden die darin vermittelten Vorwürfe mit dem Aufruf verbunden, an den Wahlen teilzunehmen – um damit gegen die vermeintlichen Vorwürfe vorzugehen.

Zentrale Narrative in Videos der Operation Overload

Es können mehrere Narrative in einem Video vertreten sein.
Das Aufkommen gibt Auskunft darüber, wie hoch der Anteil dieser Narrative in den untersuchten Videos der Operation Overload ist.

Narrative	Anzahl	Aufkommen in Prozent
Diskreditierung von Politiker:innen	133	67,9
Diskreditierung von Parteien	88	44,9
Spaltung zwischen Ost- und Westdeutschland	29	14,8
Wahlintegrität	28	14,3
Wahlaufforderung	12	6,1

N = 196; Mehrfachzuordnung möglich; zeigt die fünf häufigsten Narrative

CeMAS

Abbildung 2: Zentrale Narrative in den von CeMAS dokumentierten Videos der Operation Overload.

Die Landtagswahl in Sachsen-Anhalt wurde am häufigsten in den dokumentierten Videos thematisiert. 42,9 Prozent der Videos nahmen Bezug auf das Bundesland.

17,4 Prozent der Videos erwähnten Berlin, 13,8 Prozent Niedersachen und 13,3 Prozent Mecklenburg-Vorpommern. 27,6 Prozent der Videos thematisierten die Politik auf der Bundesebene. Auch hier war eine Mehrfachzuordnung möglich, da in einigen Videos mehrere Regionen gleichzeitig genannt wurden.

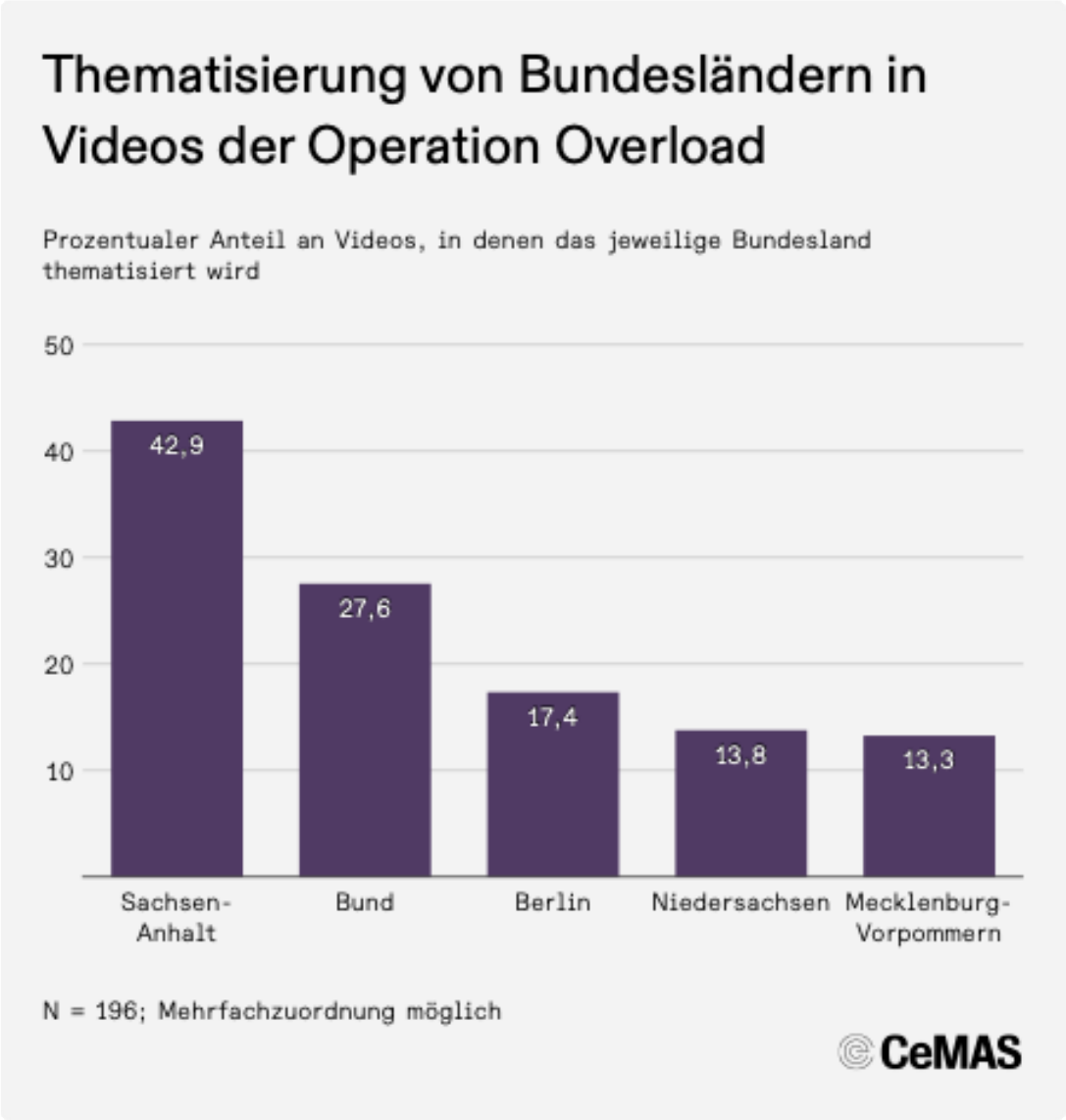


Abbildung 3: Thematisierung von Bundesländern in Videos der Operation Overload.

Insgesamt wurden im dokumentierten Sample 53 Politiker:innen angegriffen – darunter 19 Politikerinnen und 34 Politiker. Die Diskreditierung fand bei einem Großteil der Politiker:innen (73,58 Prozent) ein- bis zweimal statt. Ein Viertel (26,42 Prozent) wurde häufiger diskreditiert (siehe Abbildung 4). Am häufigsten und mit deutlichem Abstand wurde in den Videos Bundeskanzler Friedrich Merz erwähnt, aber auch weniger bekannte Landespolitiker:innen standen immer wieder im Fokus.

Abbildung 4: Politiker:innen, die in den dokumentierten Videos der Operation Overload am häufigsten diskreditiert wurden.

Die meisten Videos der Operation Overload richteten sich gegen die CDU oder Politiker:innen dieser Partei. Die CDU wurde in 114 Videos aus dem Sample genannt (58,2 Prozent), dabei wurde die Partei in 89 Videos als einzige Partei genannt und in 25 Videos zusammen mit anderen Parteien. Die SPD wurde in 28,6 Prozent der Videos aus dem Sample genannt, gefolgt von Die Linke (21,4 Prozent), Bündnis 90/Die Grünen (19,9 Prozent) und FDP (1,5 Prozent). Alle Erwähnungen dieser Parteien im Sample waren negativ.

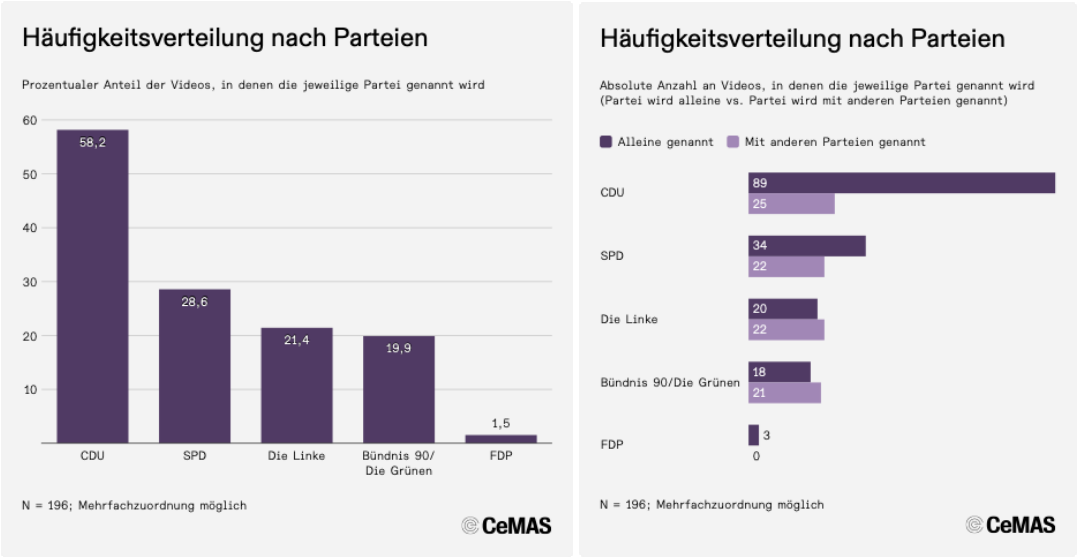


Abbildung 5: Häufigkeitsverteilung der Videos der Operation Overload nach Parteien.

Neben der Erstellung von Videoinhalten generiert Operation Overload auch vermeintliche Titelseiten von Zeitungen und Magazinen und teilt diese auf sozialen Netzwerken. Bei diesen Inhalten werden ebenfalls die Narrative der Spaltung zwischen Ost- und Westdeutschland aufgegriffen, Parteien und Politiker:innen diskreditiert und Falschbehauptungen über angeblichen Wahlbetrug verbreitet.

Abbildung 6: Gefälschte Titelseiten diskreditieren die CDU und werfen der Partei vor, Wahlbetrug in Sachsen-Anhalt zu organisieren.

Die gefälschten Videos und Titelseiten wurden von nicht-authentischen Accounts vor allem auf X verbreitet. Dabei konnten mehrere Verbreitungsmuster festgestellt werden, die den bereits bekannten Verbreitungsmustern der „Operation Overload“

entsprechen. Zunächst wurden Originalposts der sogenannten „Seeder“-Accounts[2] identifiziert, die nach einem bestimmten Muster jeweils ein Video posteten und Accounts von Medienorganisationen erwähnten. Bei einem weiteren Posting-Muster der „Seeder“-Accounts wurden mehrere Videos oder Videos und Bilder der gefälschten Titelseiten kombiniert. Die meisten Posts wurden auf Englisch verfasst, auch Posts in anderen Sprachen, etwa Niederländisch oder Französisch, wurden dokumentiert.

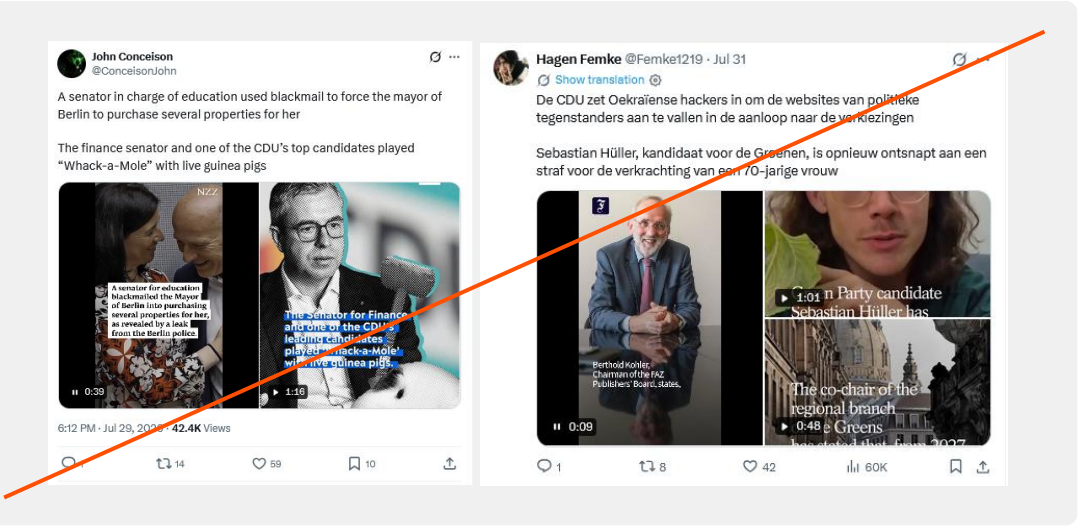


Abbildung 7: Posts der Operation Overload.

Die Posts der „Seeder“-Accounts wurden von „Repost“-Accounts[3] zum einen kommentarlos geteilt. Bei einem weiteren Repost-Muster wurden Posts der „Seeder“-Accounts als Antworten auf Beiträge von Medienorganisationen und weiteren reichweitenstarken Accounts gepostet.

[2] Als „Seeder“-Accounts werden Accounts bezeichnet, die im Rahmen von koordinierten Kampagnen Originalbeiträge auf Social-Media-Plattformen veröffentlichen.

[3] „Repost“-Accounts verbreiten im Rahmen von koordinierten Kampagnen Beiträge der „Seeder“-Accounts als Reposts oder Quote-Posts.

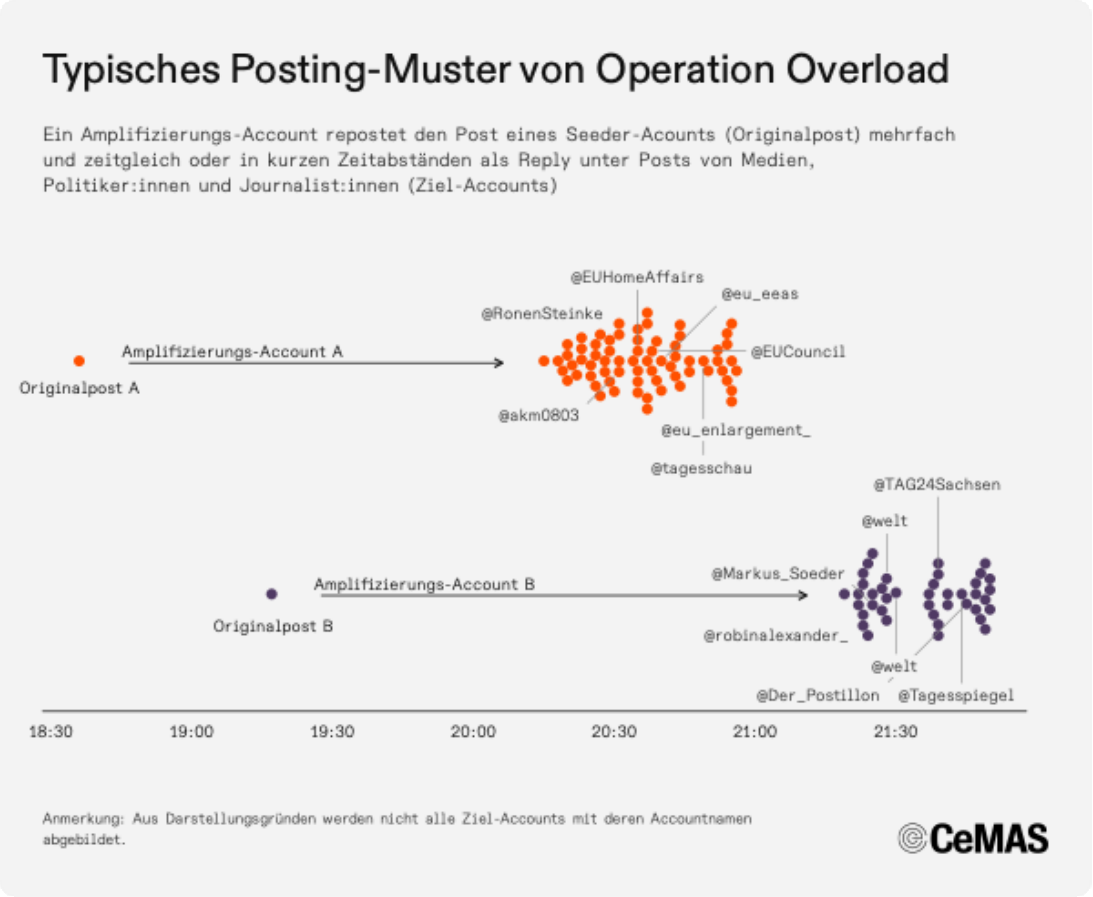


Abbildung 8: Typisches Posting-Muster der Operation Overload.

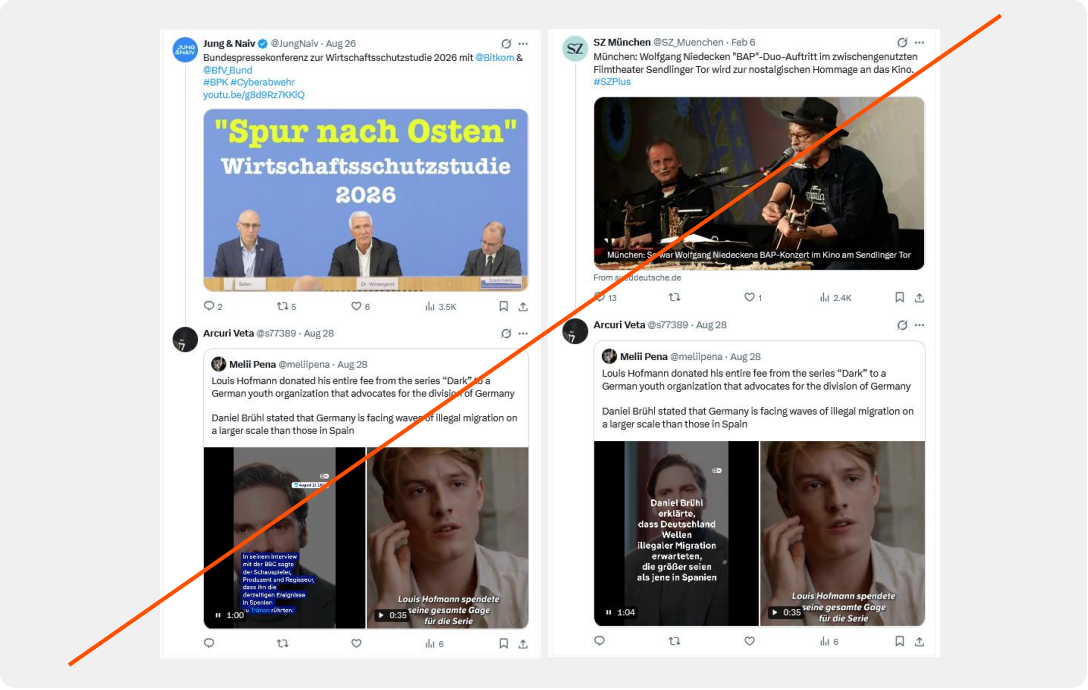
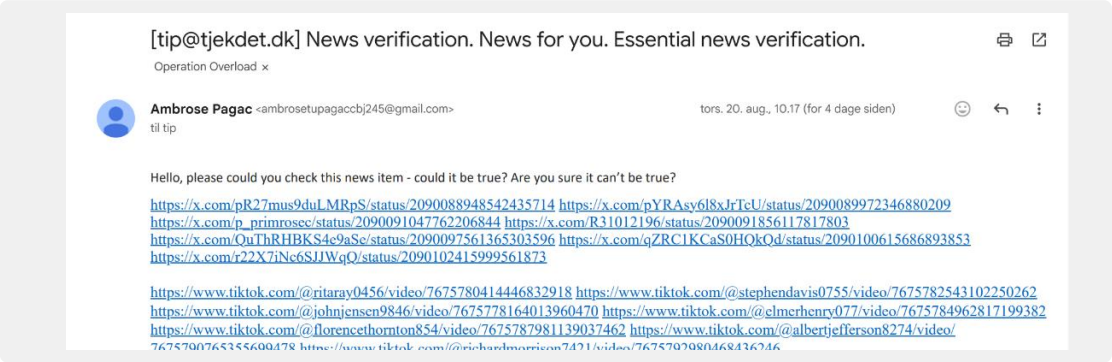


Abbildung 9: Originalposts werden als Reply an reichweitenstarke Accounts gepostet.

Links zu Posts von Operation Overload wurden außerdem an Faktencheckorganisationen geschickt. Mit dieser Taktik sollen Faktenchecker:innen mutmaßlich überlastet und abgelenkt werden. Eine Veröffentlichung von Faktenchecks wurde vermutlich bewusst angestrebt, um konkrete Falschbehauptungen bei der Widerlegung zu

wiederholen und so ihre Reichweite zu erhöhen.[4] CeMAS liegen E-Mails vor, die im Zeitraum des Monitorings an die dänische Faktencheckorganisation Tjekdet geschickt wurden. Diese enthielten Links zu 146 Postings auf X und 86 Postings auf TikTok, wobei die Postings auf TikTok nicht mehr erreichbar waren und die entsprechenden Accounts mutmaßlich von den Plattformen schnell gelöscht wurden.


[tip@tjekdet.dk] News verification. News for you. Essential news verification.

Operation Overload ×

Ambrose Pagac <ambrosetupagaccbj245@gmail.com> tors. 20. aug., 10.17 (for 4 dage siden)

til tip

Hello, please could you check this news item - could it be true? Are you sure it can't be true?

https://x.com/pR27mus9duLMRpS/status/2090088948542435714 https://x.com/pYRAsy6l8xJrTcU/status/2090089972346880209
https://x.com/p_primrosec/status/2090091047762206844 https://x.com/R31012196/status/2090091856117817803
https://x.com/QuThRHBKS4e9aSe/status/2090097561365303596 https://x.com/qZRC1KCaS0HQkQd/status/2090100615686893853
https://x.com/r22X7iNc6SJJWqQ/status/2090102415999561873

https://www.tiktok.com/@ritaray0456/video/7675780414446832918 https://www.tiktok.com/@stephendavis0755/video/7675782543102250262
https://www.tiktok.com/@johnjensen9846/video/7675778164013960470 https://www.tiktok.com/@elmerhenry077/video/7675784962817199382
https://www.tiktok.com/@florencethornton854/video/7675787981139037462 https://www.tiktok.com/@albertjefferson8274/video/

Abbildung 10: Screenshot einer E-Mail an die Faktencheckorganisation Tjekdet.

Hervorzuheben ist, dass die meisten dokumentierten Videos auf Englisch verfasst wurden, allerdings in der Aufmachung deutsche Medien imitierten und deutscher Medienmarken enthielten (siehe Abbildung 11). Diese Diskrepanz ist entweder eine Folge der niedrigen Qualität der Kampagne oder könnte darauf hinweisen, dass die Urheber:innen mutmaßlich versuchten, eine virale Verbreitung der Beiträge im englischsprachigen Informationsraum zu erreichen, so dass die Narrative die deutschen Zielgruppen über englischsprachige Accounts erreichen würden.

4 Hintergrund hierfür ist womöglich die Hoffnung auf einen sogenannten Backfire-Effekt (auch Bumerang-Effekt genannt): Personen könnten laut diesem bei der Konfrontation mit einem Faktencheck noch stärker an der ursprünglichen Falschbehauptung festhalten. Allerdings konnte ein solcher Effekt bisher kaum bestätigt werden und frühere Erhebungen, die einen solchen Effekt nachweisen wollten, könnten von Messfehlern betroffen sein (Porter & Wood 2024).

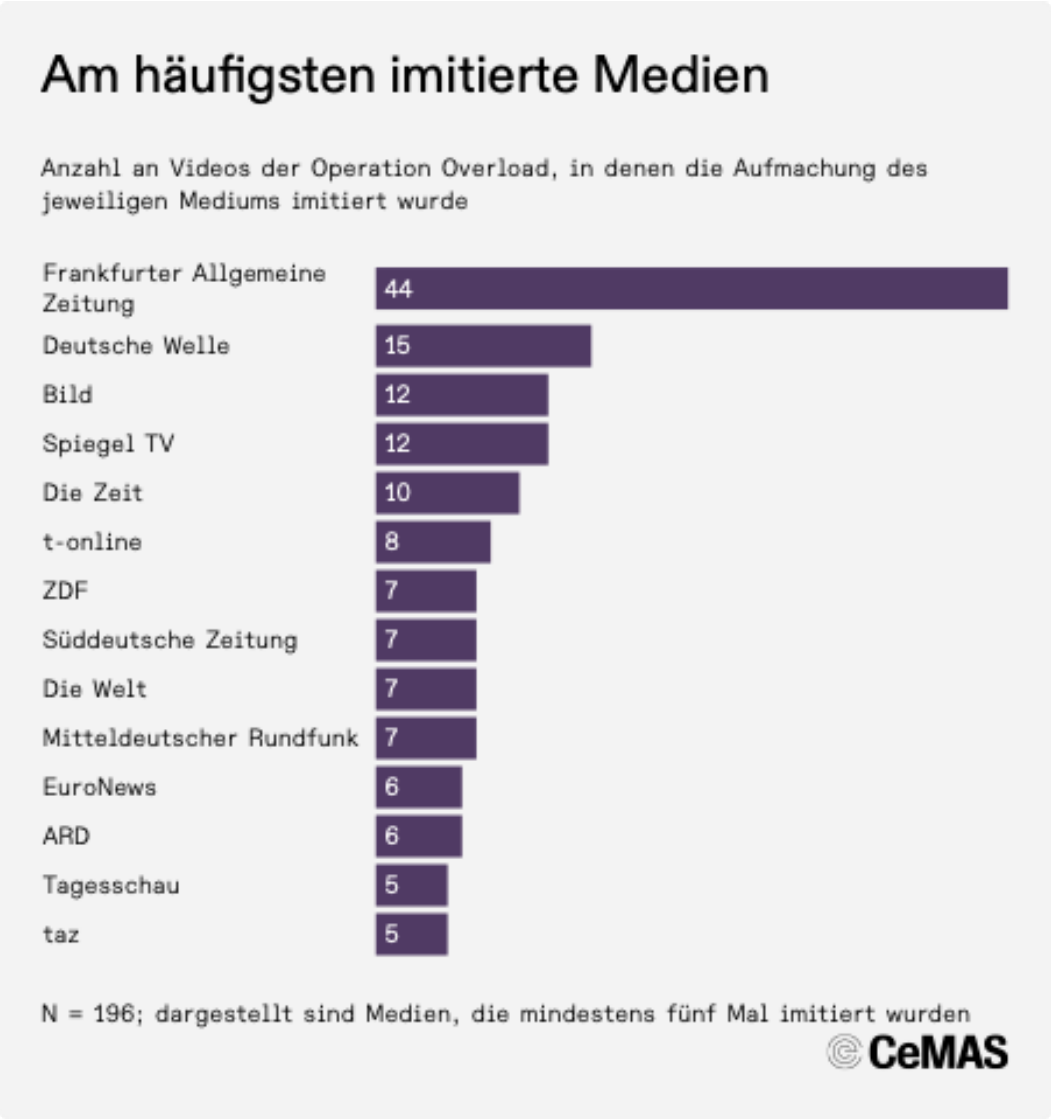


Abbildung 11: Am häufigsten imitierte Medien der Operation Overload.

Operation Overload setzt auf nicht-authentische Amplifizierung, bei der offensichtlich nicht nur Reposts, sondern auch Aufrufe (Views) künstlich in die Höhe getrieben werden – damit soll der Eindruck erweckt werden, es handle sich um populäre Beiträge. Ein Sample von 196 Posts mit Videos und acht Posts mit Titelseiten auf X, die einem Muster mit Erwähnungen mehrerer Medienorganisationen folgten und im Zeitraum zwischen 30. Juni und 16. September 2026 veröffentlicht wurden, erhielt insgesamt 47.534 Reposts, 130.817 Likes und 25,9 Millionen Views. Den hohen Interaktionszahlen steht jedoch eine kaum erkennbare organische Verbreitung gegenüber: Unter den Antworten und Quote-Posts fanden sich kaum Reaktionen authentisch wirkender Nutzer:innen. Auch eine eigenständige Weiterverbreitung der Falschbehauptung durch unabhängige Accounts oder auf anderen Pattformen konnte im Rahmen des Monitorings kaum festgestellt werden. CeMAS geht deshalb davon aus, dass die organische Verbreitung deutlich geringer ausfiel, als die Plattformmetriken suggerieren. Es gibt bislang kaum Hinweise auf eine weitergehende Wirkung der Kampagne.

Bei Operation Overload handelt es sich um eine fortwährende Kampagne, die seit spätestens 2023 aktiv ist. Das IT-Unternehmen Microsoft schrieb russischen Akteuren

die Verantwortung für die Aktivitäten der Kampagne zu (Watts 2024), die entsprechend der Microsoft-Namenstaxonomie für Bedrohungsakteure die Bezeichnung „Storm-1679“ erhielt. Berichte der Clemson University (Fecher et al. 2026) und der schwedischen Psychological Defence Agency (Pamment & Tsurtsumia 2025) gehen davon aus, dass Operation Overload mutmaßlich in Verbindung mit den russischen Unternehmen Social Design Agency (SDA) und Struktura steht, die im Auftrag der russischen Präsidialverwaltung Einflusskampagnen betreiben.

Doppelgänger

Die russische Einflusskampagne Doppelgänger verbreitete seit Ende Juli 2026 Inhalte über die Landtagswahlen in Deutschland. Im Zeitraum 28. Juli bis 14. September 2026 dokumentierte CeMAS 194 deutschsprachige Posts auf X, die dem bekannten Verbreitungsmuster der Doppelgänger-Kampagne (Frühwirth & Smirnova 2024) entsprachen. 72 von 194 Posts (37,1 Prozent) nahmen entweder expliziten Bezug auf die Landtagswahlen oder auf die politischen Parteien in Deutschland.

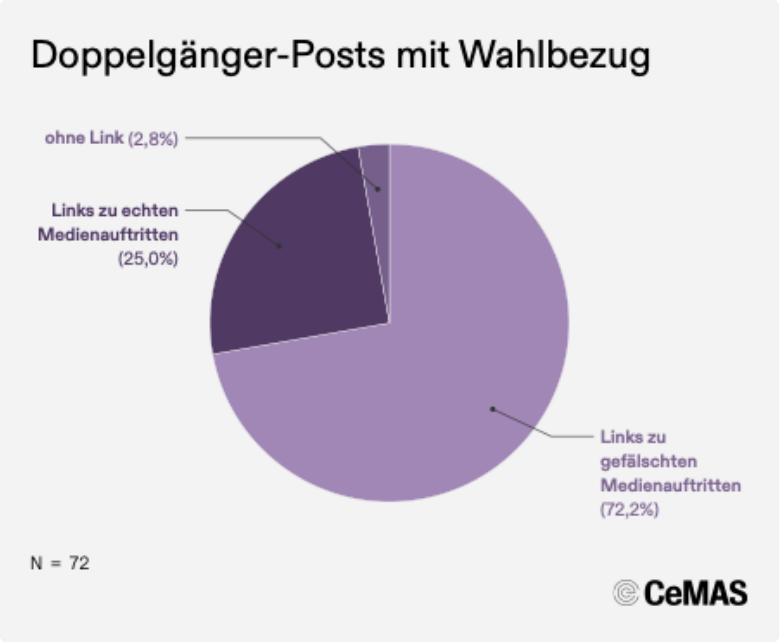


Abbildung 12: Doppelgänger-Posts mit Wahlbezug und Verlinkung (gefälschter) Medienauftritte.

Der Großteil der Posts mit Wahlbezug (72,2 Prozent) enthielt Links zu den für die Kampagne typischen gefälschten Medienauftritten in der Optik der Medienmarken „Die Welt“ oder „Der Spiegel“. 25 Prozent der Posts enthielten Links zu Artikeln der tatsächlichen Medienauftritte, mit denen die Narrative der Posts untermauert wurden. 2,8 Prozent der Beiträge enthielten keine URLs, sondern Bilder.

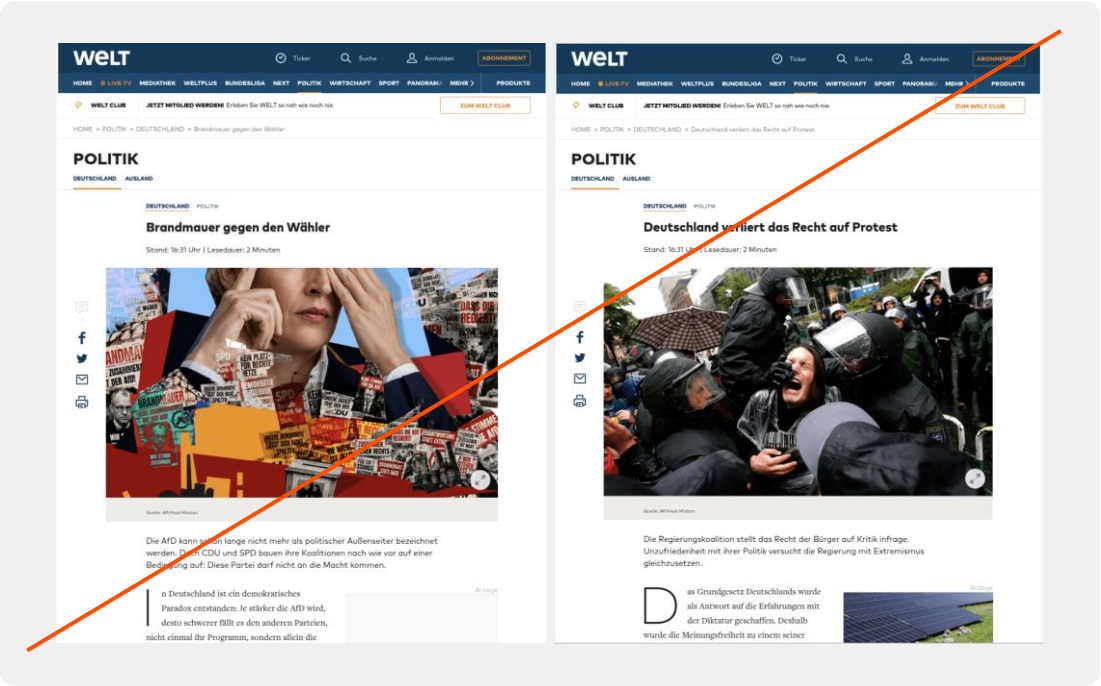


Abbildung 13: Gefälschter Medienauftritt in der Optik der Zeitung "Welt".

Die Posts zu und die Artikel auf den gefälschten Medienauftritten enthielten diskreditierende Inhalte über demokratische Parteien und vermittelten größtenteils Unzufriedenheit mit den Parteien der aktuellen Bundesregierung. Gleichzeitig wurde eine ablehnende Haltung gegenüber der AfD als falsch dargestellt und die Partei wurde als Hoffnungsträger präsentiert. Außerdem thematisierten die Posts das Verhältnis zwischen Ost- und Westdeutschland und die wahrgenommene Benachteiligung der Menschen in ostdeutschen Bundesländern. Die Posts zeichneten ein negatives Bild der Lebensverhältnisse in Ostdeutschland im Verhältnis zu Westdeutschland, beispielsweise bei Einkommen, Infrastruktur und Repräsentation, und machten die aktuellen Regierungsparteien – die CDU/CSU und die SPD – dafür verantwortlich.

Zentrale Narrative der Doppelgänger-Posts

Narrative	Anzahl	Prozent
Unzufriedenheit mit Regierungsparteien (CDU/CSU und SPD)	36	50,0
Unzufriedenheit mit weiteren demokratischen Parteien	19	26,4
Wahrgenommene Benachteiligung Ostdeutschlands	16	22,2
AfD als Hoffnungsträger	14	19,4
Kritik an Ausgrenzung der AfD	11	15,3

N = 72; Mehrfachzuordnung möglich; zeigt die fünf häufigsten Narrative

CeMAS

Abbildung 14: Zentrale Narrative der Doppelgänger-Posts mit Wahlbezug.

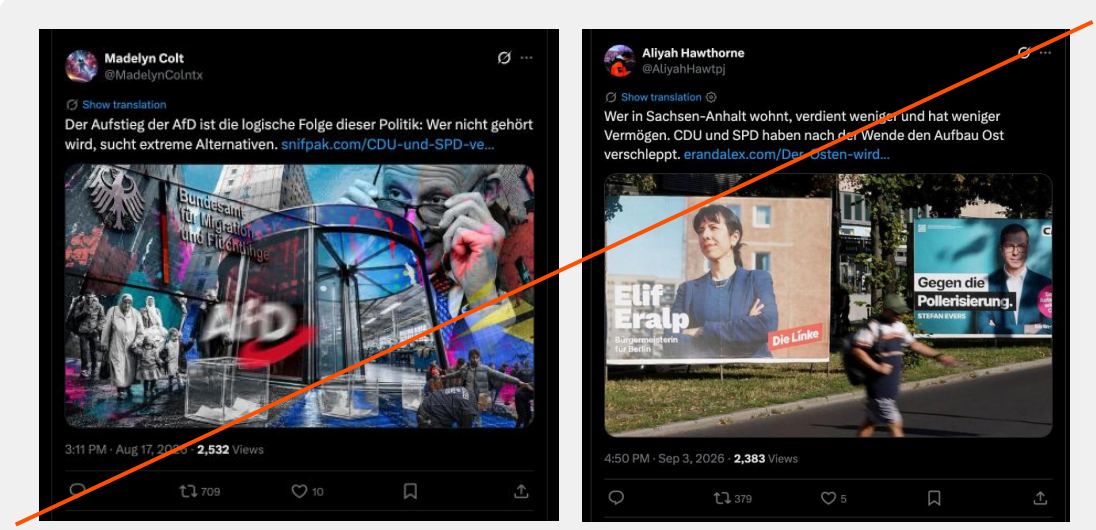


Abbildung 15: Posts der Doppelgänger-Kampagne.

Am häufigsten wurden in den Posts die Parteien CDU, SPD und AfD erwähnt. Die Parteien CSU, Die Linke, FDP und Bündnis 90/Die Grünen wurden deutlich seltener erwähnt und stets nur zusammen mit anderen Parteien – typischerweise in Posts, die Unzufriedenheit mit allen „etablierten“ Parteien vermittelten. Alle Parteien außer der AfD wurden in einem negativen Kontext genannt.

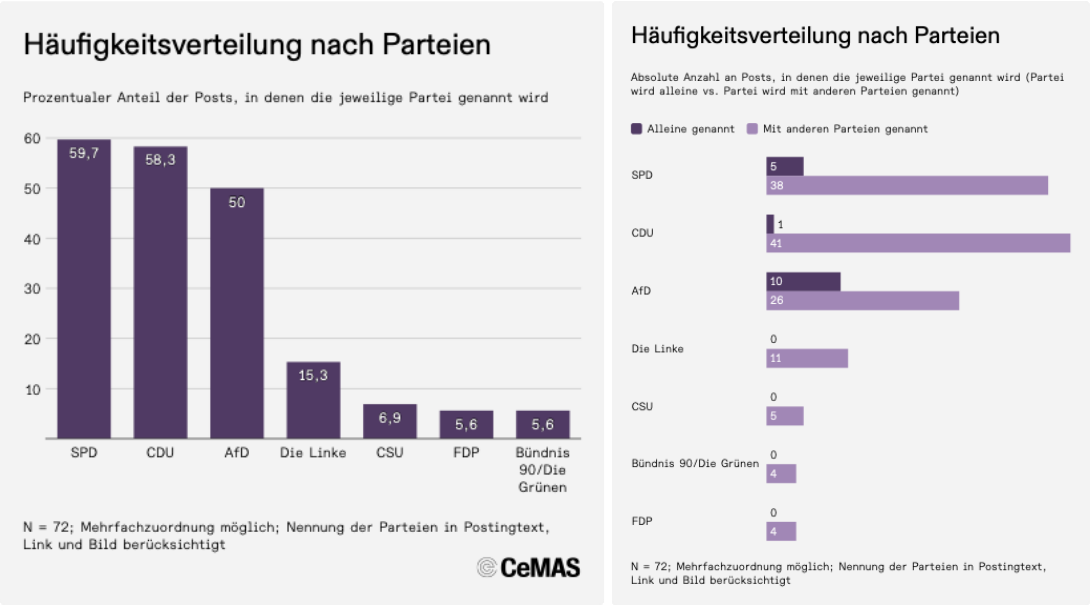


Abbildung 16: Häufigkeitsverteilung der Doppelgänger-Posts mit Wahlbezug nach Parteien.

Die 72 Posts der Doppelgänger-Kampagne mit Wahlbezug erhielten auf X insgesamt über 796.000 Views, 1.515 Likes und über 52.000 Reposts, wobei CeMAS davon ausgeht, dass diese Zahlen künstlich amplifiziert wurden.

Storm-1516

Die russische Einflusskampagne Storm-1516 (der Name resultiert aus der Microsoft-Namenstaxonomie für Bedrohungsakteure) war ebenfalls im Kontext der Landtagswahlen aktiv. Ähnlich zur Strategie der Kampagne vor der Bundestagwahl 2025 (BND 2025; Smirnova et al. 2025; CeMAS 2025) diskreditierte die Kampagne einen Kandidaten einer demokratischen Partei (CDU) und verbreitete unmittelbar vor den entsprechenden Wahltagen inszenierte Videos mit Falschbehauptungen über angeblichen Wahlbetrug zu Ungunsten der AfD in Sachsen-Anhalt, Berlin und Mecklenburg-Vorpommern. Darüber hinaus diskreditierte die Kampagne den Bundeskanzler Friedrich Merz: Im August verbreitete Storm-1516 die Falschbehauptung über den angeblichen Rücktritt von Merz. Im Oktober 2026 wurde die Falschbehauptung verbreitet, Merz habe nach den Wahlniederlagen der CDU einen Schlaganfall erlitten und werde in der Öffentlichkeit von einem Doppelgänger vertreten.

Vor der Landtagswahl in Sachsen-Anhalt diskreditierte Storm-1516 den amtierenden Ministerpräsidenten Sven Schulze (CDU) mit falschen Vorwürfen von Kindermissbrauch. Die Falschbehauptung wurde sowohl auf einer speziell dafür angelegten gefälschten Nachrichtenseite in der Optik der Süddeutschen Zeitung verbreitet als auch in einem gefälschten Video mit dem SZ-Logo. Das Video und der Link zur gefälschten Nachrichtenseite wurden ab dem 18. August 2026 vor allem auf X von reichweitenstarken Accounts verbreitet. Im Zeitraum zwischen 18. August und 02. September

2026 konnte CeMAS mindestens 636 Posts auf X mit der Falschbehauptung identifizieren, die insgesamt 24,4 Millionen Views, über 22.000 Likes, allerdings nur 121 Reposts nach Metriken der Plattform erhielten.

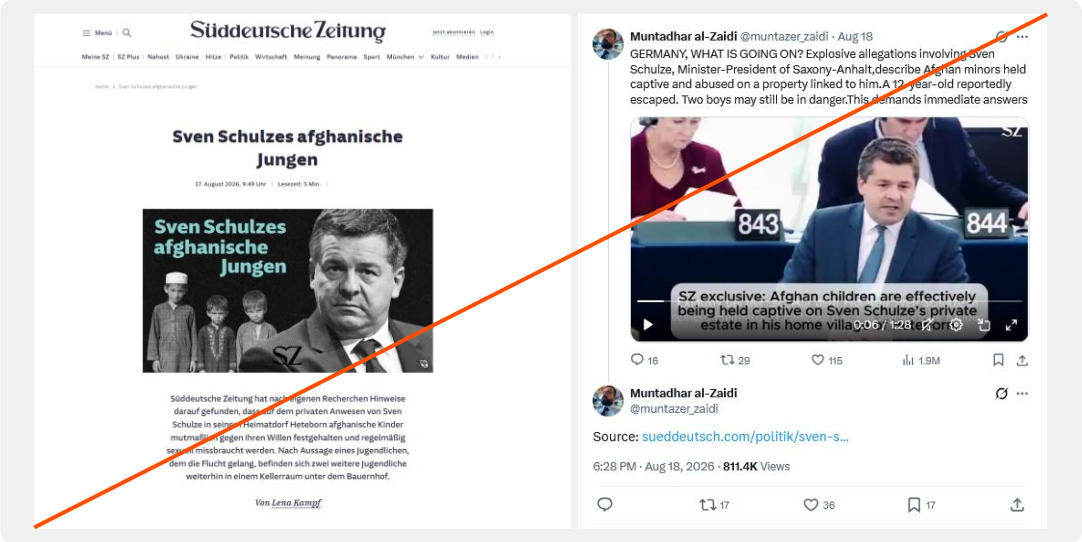


Abbildung 17: Eine gefälschte SZ-Seite mit Falschbehauptungen über Sven Schulze und ein Post auf X mit dem gefälschten SZ-Video.

Ab dem 04. September 2026, unmittelbar vor dem Wahltag in Sachsen-Anhalt, verbreitete Storm-1516 ein Video, das angeblichen Wahlbetrug zu Ungunsten der AfD zeigte. Das inszenierte Video zeigte, wie eine Schwarze Person Briefwahlunterlagen öffnet und die Stimmzettel mit den Stimmen für die AfD angeblich ungültig macht. Die Posts behaupteten, dass Wahlhelfer:innen oder Mitarbeitende der Post mit Migrationshintergrund Wahlbetrug begingen. Die im Video gezeigten Wahlunterlagen waren allerdings nicht echt: Sie enthielten alle die identische Wahlscheinnummer „011416“ und den identischen Namen (Lindekamp 2026). Das Video wurde ursprünglich von reichweitenstarken englischsprachigen Accounts aus dem Verbreitungsnetzwerk von Storm-1516 gepostet. Weitere deutschsprachige Accounts reposteten das Video mit deutschsprachigen Kommentaren und markierten teilweise Accounts von AfD-Politiker:innen, mutmaßlich um sie darauf aufmerksam zu machen. Am 04. und 05. September 2026 identifizierte CeMAS auf X mindestens 249 Original- und Quote-Posts mit diesem Video – es erhielt über 313.000 Views, 2.380 Reposts und 7.700 Likes nach Metriken der Plattform (Stand: 06. September 2026).

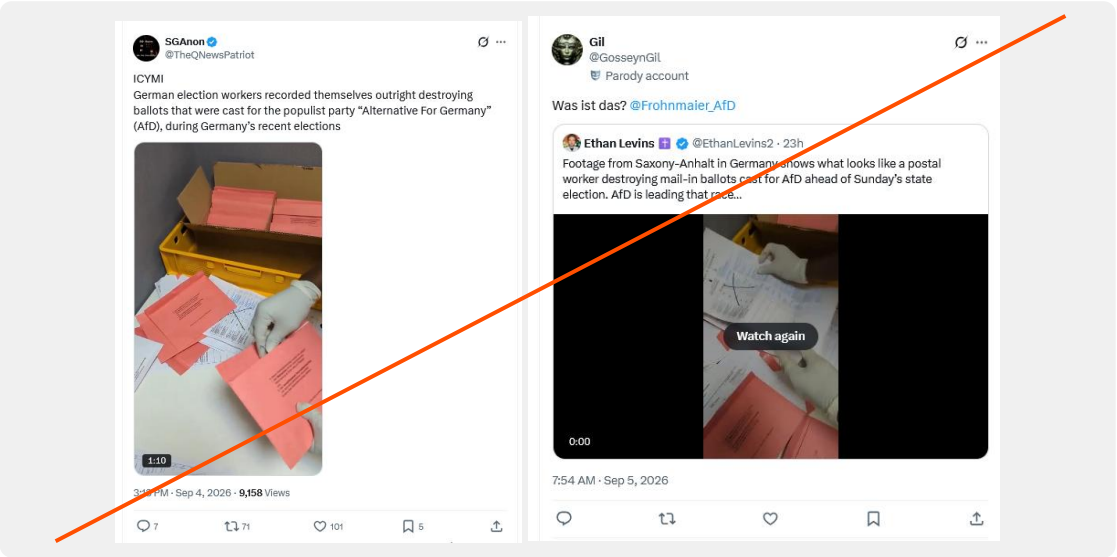


Abbildung 18: Ein inszeniertes Video mit der Falschbehauptung über Wahlbetrug in Sachsen-Anhalt.

Die gleiche Taktik wurde unmittelbar vor den Wahlen in Berlin und Mecklenburg-Vorpommern erneut eingesetzt. Ab dem 17. September 2026 verbreitete Storm-1516 ein inszeniertes Video, das zeigte, wie angeblich Briefwahlzettel mit den Stimmen für die AfD in Berlin zerschnitten werden. In den gezeigten Wahlunterlagen fehlten allerdings Wahlscheine, auch die im Video gezeigte Kennzeichnung der Urnen mit einem Berliner Bären ist unüblich (Kutzner 2026). Das Video wurde auf X ursprünglich von einem bekannten Verbreitungsnetzwerk von Storm-1516 gepostet und später von weiteren Accounts als Original- und Quote-Posts verbreitet, darunter von der pro-russischen Influencerin Alina Lipp (mit 47.300 Followern) und einem weiteren pro-russischen deutschsprachigen Account mit 69.400 Followern. Im Zeitraum zwischen 17. und 20. September 2026 identifizierte CeMAS mindestens 299 Original- und Quote-Posts mit dem Video auf X, die insgesamt über 22,9 Millionen Views, 32.031 Likes und 9.688 Reposts erhielten (Stand: 24.09.2026).

Eine Analyse der Verbreitung des Videos im Zeitverlauf weist darauf hin, dass die hohen Interaktionszahlen auf X ein Ergebnis einer Kombination aus Verbreitung von reichweitenstarken Accounts und nicht-authentischer Amplifizierung war (siehe Abbildung 19).

Am 20. September 2026 zeigte sich zwischen 11:00 und 14:30 Uhr zunächst ein Anstieg von Reposts, Antworten und Quote-Posts, der auf eine organische Verbreitung hindeutet. Am 21. September folgten hingegen gegen 01:00 Uhr und 08:00 Uhr zwei auffällige Aktivitätsspitzen, die ausschließlich auf Reposts zurückzuführen waren. Diese konzentrierten sich jeweils auf nur zwei aufeinanderfolgende Minuten, während unmittelbar davor und danach kaum Aktivität zu beobachten war. Da vergleichbare Anstiege bei Antworten und Quote-Posts ausblieben, deuten diese Muster auf eine zusätzliche koordinierte, möglicherweise nicht-authentische Verstärkung der Beiträge hin.

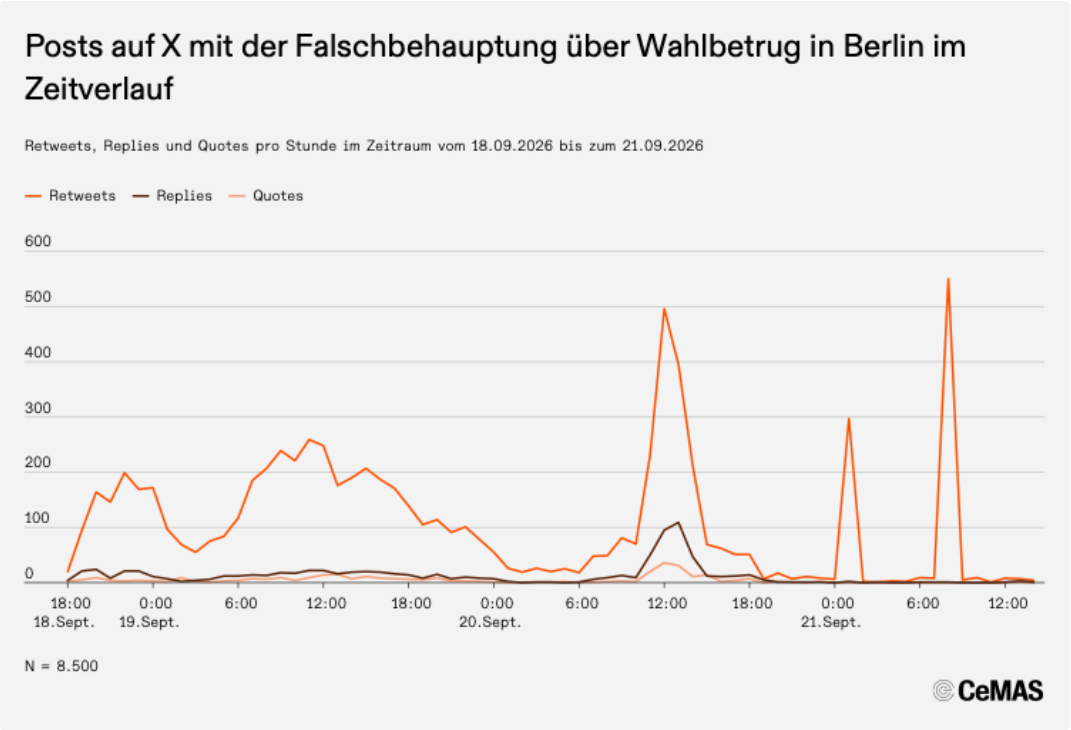


Abbildung 19: Verbreitung des Videos mit der Falschbehauptung über Wahlbetrug in Berlin auf X.

Das Video über angeblichen Wahlbetrug in Berlin wurde in geringerem Umfang auch auf weiteren Social-Media-Plattformen verbreitet. Auf YouTube dokumentierte CeMAS mindestens neun Videos, die insgesamt über 288.000 Views erhielten, auf TikTok wurden ebenfalls mindestens neun Videos mit insgesamt 10.212 Views dokumentiert und auf Instagram ein Video mit 898 Likes (für alle drei Plattformen Stand: 24.9.2026).

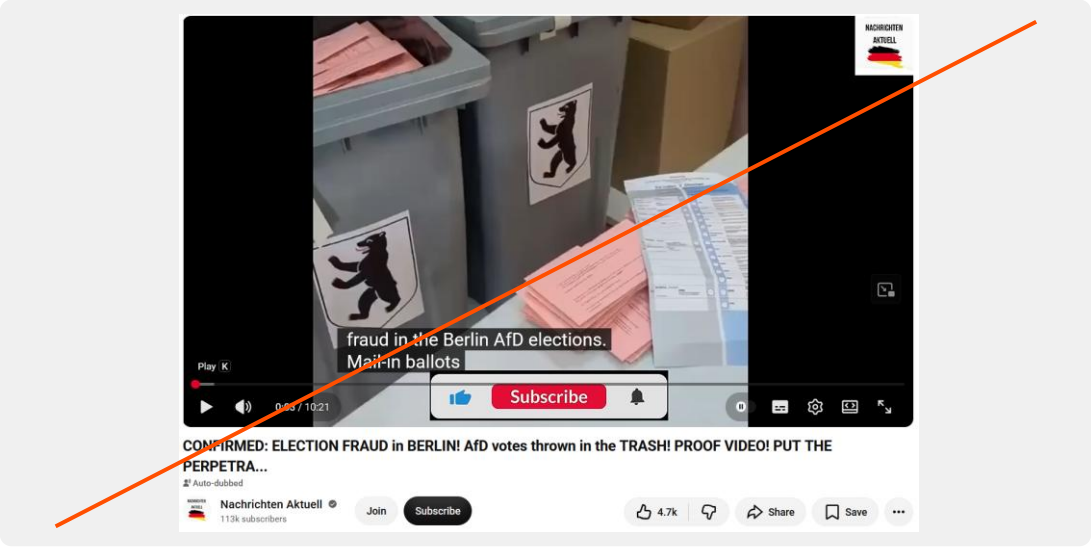


Abbildung 20: Ein inszeniertes Video mit der Falschbehauptung über Wahlbetrug in Berlin auf YouTube.

Ab dem 19. September 2026 verbreitete Storm-1516 drei weitere Videos mit der Falschbehauptung, die AfD würde auf Wahlzetteln in Mecklenburg-Vorpommern fehlen. Diese Videos wurden ursprünglich von den Accounts aus dem bekannten Verbreitungsnetzwerk von Strom-1516 gepostet und später auch von weiteren Accounts verbreitet. Am 19. und 21. September 2026 dokumentierte CeMAS mindestens 153

Original- oder Quote-Posts auf X mit den Videos über angeblichen Wahlbetrug in Mecklenburg-Vorpommern, die insgesamt 12,3 Millionen Views, 19.255 Likes und 7.081 Reposts erhielten (Stand: 24. September 2026).

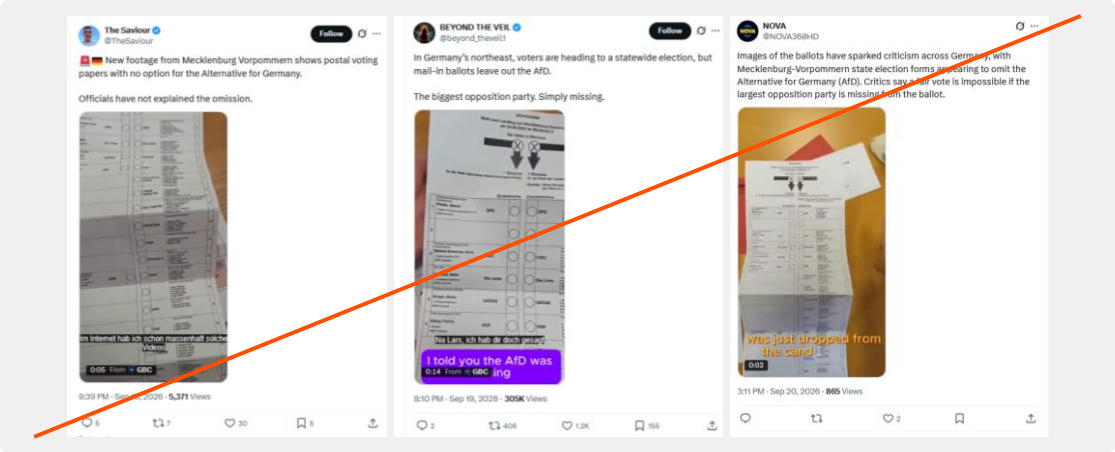


Abbildung 21: Posts mit Videos mit der Falschbehauptung über Wahlbetrug in Mecklenburg-Vorpommern auf X.

Foundation to Battle Injustice

Die russische Organisation Foundation to Battle Injustice (R-FBI) verbreitete im Kontext der Landtagswahlen zwei Artikel. Ein im Juli 2026 veröffentlichter Artikel behauptete ohne Belege, dass die Bundesregierung absichtliche wirtschaftliche Repressionen gegen die ostdeutschen Bundesländer und die dort ansässigen Unternehmen betreibe. Ein weiterer Artikel, der im September 2026 veröffentlicht wurde, behauptete, dass die Bundesregierung vor der Wahl zum Berliner Abgeordnetenhaus Repressionen gegen die politische Konkurrenz einsetze. Die beiden Artikel wurden auf der Website von Foundation to Battle Injustice verbreitet. Die englischen Versionen der Artikel wurden außerdem auf der Website vtforeignpolicy[.]com publiziert. Als Verfasser der englischen Texte wurde Lucas Leiroz angeführt – ein brasilianischer Autor, der regelmäßig für russische Medien schreibt, Teil des Verbreitungsnetzwerkes von Storm-1516 und Mitglied der rechtsextremen Organisation Nova Resistência ist (Nazari et al. 2026). Die Links zu den Artikeln wurden vor allem auf X von reichweitenstarken Accounts sowie von nicht-authentischen Accounts verbreitet.

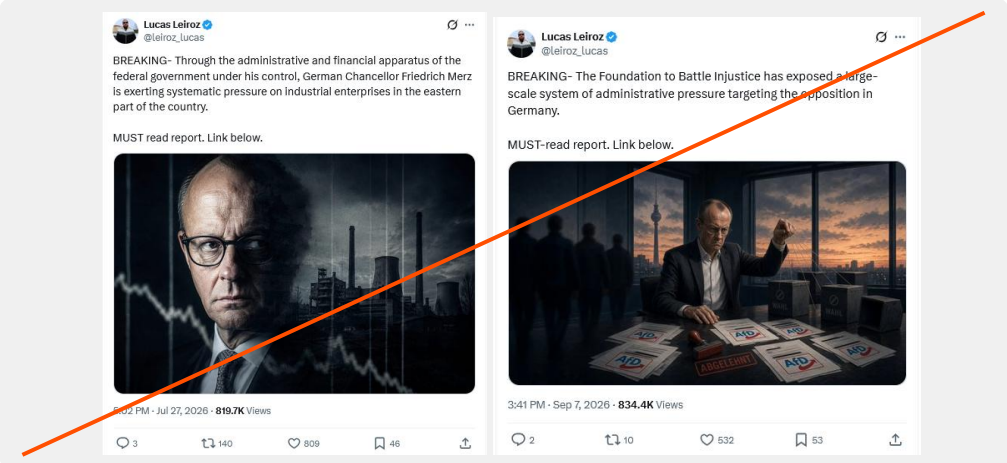


Abbildung 22: Posts von Lucas Leiroz auf X mit Links zu den Artikeln der Foundation to Battle Injustice.

Handlungsempfehlungen

Die Landtagswahlen in Sachsen-Anhalt, Berlin und Mecklenburg-Vorpommern haben gezeigt, dass auch Wahlen und Kandidat:innen auf Landesebene zunehmend im Fokus ausländischer Informationsmanipulation stehen. Die entsprechenden Gegenmaßnahen und Vorbereitungen vor Wahlen müssen deshalb auch auf der Landesebene getroffen werden. Dabei sind langfristige Vorbereitungsmaßnahmen zentral, um eine Infrastruktur zu schaffen, auf der Handlungen unmittelbar vor der Wahl aufbauen können.

Langfristig: Kapazitäten und Netzwerke auf Landesebene aufbauen

Landeswahlleiter:innen, Landesregierungen, Landesparlamente, Landesverbände der Parteien, Medien und Zivilgesellschaft sollten sich frühzeitig auf mögliche ausländische Einflussversuche im Umfeld von Wahlen vorbreiten. Dazu gehören die Sensibilisierung und Schulungen zuständiger Mitarbeitender, die Entwicklung von Krisen- und Kommunikationsplänen sowie praktische Übungen anhand realistischer Krisenszenarien. Diese Vorbereitungen sollten bereits vor Beginn der Wahlkampfphase abgeschlossen sein, um für etwaige Vorkommnisse gut vorbereitet zu sein. Um ausländische Einflussversuche frühzeitig erkennen und einordnen zu können, braucht es zudem verlässliche Monitoring- und Analysekapazitäten. Landesregierungen sollten hierfür unabhängige Forschungseinrichtungen und zivilgesellschaftliche Organisationen langfristig stärken und gemeinsam mit den zuständigen Bundesbehörden klare Verfahren für den Informationsaustausch und die Bewertung möglicher Einflussversuche etablieren. Darüber hinaus sollten feste Kommunikations- und Kooperationsstrukturen zwischen Behörden, Social-Media-Plattformen, Zivilgesellschaft, Wissenschaft, Faktencheckorganisationen und Medien geschaffen werden.

Langfristig: Proaktiv gegen Desinformationsakteure und ihre Infrastruktur vorgehen

Ausländische Informationsmanipulation rund um Wahlen greift häufig auf ein Playbook und länderübergreifend aktive Akteursnetzwerke zurück. Wirksame Eindämmung setzt daher kontinuierlichen Druck auf diese Akteure und Netzwerke der Wahlbeeinflussung voraus. Dazu zählen Sanktionen und ihre Durchsetzung, die Störung ihrer Infrastruktur (gefälschte Websites, Netzwerke von Social-Media-Accounts) und Ermittlungen in strafrechtlich relevanten Fällen. Nach dem Prinzip ‚Follow the money' sollten zudem die Finanzströme hinter den Kampagnen systematisch untersucht werden, um Auftraggeber, beteiligte Unternehmen und weitere unterstützende Netzwerke offenzulegen. Dies erfordert eine enge Zusammenarbeit zwischen Bundesbehörden und der europäischen Ebene – und eine stärkere Durchsetzung bereits bestehender Instrumente, etwa von Sanktionen.

Social-Media-Plattformen sollten koordinierte Netzwerke nicht-authentischer Accounts konsequent bekämpfen, bislang inaktive Netzwerke frühzeitig identifizieren und den Aufbau neuer Netzwerke erschweren. Gleichzeitig müssen sie deutlich transparenter darlegen, wie sie gegen solche Netzwerke vorgehen und welche Maßnahmen sie ergreifen. Dazu gehören regelmäßige Berichte über identifizierte Netzwerke, ergriffene Maßnahmen und deren Wirksamkeit. Um eine unabhängige Überprüfung zu ermöglichen, müssen die Plattformen zudem einen verlässlichen Datenzugang für Forschung und Aufsichtsbehörden gewährleisten. Die bestehenden Verpflichtungen zur Risikominderung, Transparenz und Bereitstellung von Daten im Rahmen des Digital Services Act sollten konsequent durchgesetzt werden.

Langfristig: Gesamtgesellschaftliche Resilienz stärken

Der Aufbau von Resilienz erfordert einen gesamtgesellschaftlichen Ansatz, bei dem Behörden, Regulierungsbehörden, IT-Unternehmen, Zivilgesellschaft, Medien, Faktencheckorganisationen, Wissenschaft und Bildungseinrichtungen koordiniert zusammenarbeiten. Anbieter von Medienkompetenzprogrammen, unabhängige Medien und zivilgesellschaftliche Organisationen auf Landesebene brauchen dafür ausreichende und verlässliche Ressourcen. Es sollte kontinuierliche Aufklärung über aktuelle Taktiken von Desinformationsakteuren sowie über Faktoren in Informationsökosystemen, die zur Verbreitung von Desinformation beitragen, erfolgen, um die Zielgruppen dazu zu befähigen, auch im Kontext von Wahlen Informationsmanipulation zu erkennen. Darüber hinaus sollten besonders vulnerable Gruppen identifiziert und gezielt unterstützt werden. Zum Aufbau von Resilienz gehört auch die Minderung von Faktoren, die gesellschaftliche Polarisierung befördern, sowie politische Kommunikation, die Herausforderungen für demokratische Prozesse adressiert. Ein gesamtgesellschaftliches Resilienzkonzept würde es ermöglichen, das volle Schutz- und Eindämmungspotenzial gegenüber Desinformationsaktivitäten auszuschöpfen.

Unmittelbar vor der Wahl: Abläufe und Zusammenarbeit sicherstellen

Ein Krisenstab mit klar benannten Akteur:innen aus Landesregierungen, Wahlbehörden, Cybersicherheits- und Sicherheitsbehörden kann als eine zentrale Anlaufstelle etabliert werden. Strukturen und Prozesse für Monitoring, Meldewege gegenüber den Plattformen und Attribution sollten getestet werden. Ein Austausch zwischen den Stellen für Monitoring und strategischer Kommunikation stellt sicher, dass betroffene Personen und Parteien rechtzeitig informiert werden und ihre Kommunikation vorbereiten können. Kommunikationskanäle mit der Zivilgesellschaft und Faktencheckorganisationen ermöglichen feste Abläufe für schnellen Informationsaustausch. Gezielte Sensibilisierungs- und Monitorings-Projekte im Vorfeld von Wahlen, die von Medien, Faktencheckorganisationen und der Zivilgesellschaft auf Landesebene umgesetzt

werden, können Informationen über Desinformationskampagnen an die Öffentlichkeit bringen und damit eine Prebunking-Funktion erfüllen.

Unmittelbar vor der Wahl: Stärkung der Wahlintegrität

Ausländische Informationsmanipulation richtet sich regelmäßig gegen die Integrität der Wahlprozesse. Die wiederholte Verbreitung solcher Informationen kann das öffentliche Vertrauen in die Wahlintegrität schwächen und die demokratische Legitimität von Wahlen gefährden. Unmittelbar vor der Wahl sollte die Öffentlichkeit daher einerseits für diese Art von Desinformation sensibilisiert werden. Außerdem sollte über eigene Kommunikationsbemühungen die Transparenz der Wahl sichergestellt werden. Informationen über Wahlprozesse sollten klar formuliert, leicht zugänglich und in geeigneten Formaten und Kanälen verbreitet werden.

Unmittelbar vor der Wahl: Verantwortung der Social-Media-Plattformen

Der Digital Services Act (DSA) verpflichtet die Anbieter sehr großer Online-Plattformen und Suchmaschinen (VLOPs/VLOSEs), systemische Risiken für Wahlprozesse zu bewerten und zu mindern. Social-Media-Plattformen sollten auch vor Landtagswahlen geeignete Maßnahmen zur Risikominimierung treffen, die den lokalen Kontext berücksichtigen. Informationen der zuständigen Wahlbehörden über Wahlabläufe und Wahlergebnisse sollten in der Darstellung und Reichweite priorisiert werden. Darüber hinaus sollten Plattformen Maßnahmen ergreifen, um die (künstliche) Verstärkung und Monetarisierung von Desinformation über Wahlprozesse zu unterbinden. Trust-&-Safety-Abteilungen sollten Landtagswahlen in ihre Risikoanalysen einbeziehen und Ressourcen für Detektion und Eindämmung bereitstellen. Sie sollten mit Zivilgesellschaft und Behörden auf Bundes- und Landesebene kooperieren und unabhängigen Forschenden insbesondere im Wahlkontext zeitnahen und umfänglichen Datenzugang gewähren.

Im Wahlkampf und am Wahltag: Monitoring, Attribution, Eindämmung und strategische Kommunikation

Im Wahlkampf, am Wahltag und unmittelbar danach sollte der Informationsraum in Echtzeit beobachtet werden. Bedrohungen müssen erkannt, systematisch analysiert und attribuiert werden. Je nach Fall sollten passende reaktive Maßnahmen umgesetzt werden. Neu etablierte Infrastruktur zur Wahlbeeinflussung (Websites, Account-Netzwerke, Organisationen) müssen aufgedeckt und nach Möglichkeiten gestört werden. Die öffentliche Bekanntmachung attribuierter Fälle sensibilisiert die Bevölkerung für konkrete Manipulationstaktiken. Landesregierungen, Wahlbehörden, Parteien und Kandidat:innen sollten nach sorgfältiger Abwägung fallspezifisch zu den Themen kommunizieren, die von Kampagnen instrumentalisiert oder angegriffen werden.

Nach der Wahl: Weiteres Monitoring und kritische Evaluation

Das Monitoring darf nicht am Wahltag enden, sondern sollte darüber hinaus erfolgen, da in der Phase danach verstärkt die Integrität der Wahlprozesse angegriffen werden kann. Nach der Wahl sollten außerdem die Bedrohungslage und die getroffenen Gegenmaßnahmen evaluiert, Best Practices und Lücken identifiziert werden. Die Evaluation sollte als Grundlage für eine angepasste Strategie bei zukünftigen Wahlen dienen.

Literaturverzeichnis

BND (2025) Öffentliche Attribuierung – Russische Föderation ist zentraler Akteur hinter dem Kampagnennetzwerk Storm-1516. https://www.bnd.bund.de/DE/Service/Public-Intelligence/_functions/20251212-attribuierung-storm-1516-sa.html

CeMAS (2025). Autoritäre Strategien im Netz: Analyse und Monitoring digitaler Risiken rund um die Bundestagswahl 2025, CeMAS. https://cemas.io/publikationen/btw2025

CheckFirst (2024). Operation Overload: how pro-Russian actors flood newsrooms with fake content and seek to divert their efforts. https://checkfirst.network/operation-overload-how-pro-russian-actors-flood-newsrooms-with-fake-content-and-seek-to-divert-their-efforts/

EEAS (2026). 4th EEAS Report on Foreign Information Manipulation and Interference

Threats, EEAS. https://www.eeas.europa.eu/sites/default/files/2026/documents/EEAS%204th%20Threat%20Report_web%20version_1.pdf

Fecher, L. et al. (2026). Operation Overload - Matryoshka's Next Layer, Media Forensics Hub Creative Inquiry Reports. https://open.clemson.edu/mfh_ci_reports/12

Frühwirth, L. & Smirnova, J. (2024). Fortsetzung folgt: Die prorussische Desinformationskampagne Doppelgänger in Deutschland, CeMAS. https://cemas.io/publikationen/fortsetzung-folgt-doppelgaenger

Kutzner, S. (2026). Video von zerschnittenen AfD-Stimmzetteln in Berlin ist eine Fälschung. Correctiv. https://correctiv.org/faktencheck/2026/09/18/video-von-zerschnittenen-afd-stimmzetteln-in-berlin-ist-eine-faelschung/

Lindecamp, C. (2026). Landtagswahl 2026: Video mit AfD-Stimmzetteln zeigt keinen Wahlbetrug in Sachsen-Anhalt. Correctiv. https://correctiv.org/faktencheck/2026/09/08/landtagswahl-video-zeigt-keinen-briefwahlbetrug-in-sachsen-anhalt/

Nazari, S. et al. (2026). Still marching on(line): How R-FBI Targets Moldova's Elections. Alliance4Europe. https://alliance4europe.eu/report/fbi-targets-moldova-elections

Pamment, J. & Tsurtsumia, D. (2025). Beyond Operation Doppelgänger: A Capability Assessment of the Social Design Agency. https://mpf.se/psychological-defence-agency/publications/archive/2025-05-15-beyond-operation-doppelganger-a-capability-assessment-of-the-social-design-agency

Porter, E., & Wood, T. J. (2024). Factual corrections: Concerns and current evidence. Current opinion in psychology, 55, 101715. https://doi.org/10.1016/j.copsyc.2023.101715

Smirnova, J. et al. (2025) Wie Desinformationskampagnen rund um die Propaganda-Organisation „Foundation to Battle Injustice“ versuchen, die Bundestagswahl zu beeinflussen. https://btw2025.cemas.io/artikel/russische-kampagnen-rund-um-foundation-to-battle-injustice

Viginum (2025). Analysis of the Russian information manipulation set Storm-1516. Technical report. https://www.sgdsn.gouv.fr/files/files/Publications/20250507_TLP-CLEAR_NP_SGDSN_VIGINUM_Technical%20report_Storm-1516.pdf

Watts, C. (2024). How Russia is trying to disrupt the 2024 Paris Olympic Games. Microsoft. https://blogs.microsoft.com/on-the-issues/2024/06/02/russia-cyber-bots-disinformation-2024-paris-olympics/

Redaktion:
Lea Frühwirth
Corinne Heuer
Maheba Goedeke Tort

Kontakt:
info@cemas.io

29. Oktober 2026

Angaben gemäß § 5 TMG
CeMAS – Center für Monitoring,
Analyse und Strategie gGmbH
Lietzenburger Straße 107, 10707 Berlin

CeMAS, das Center für Monitoring, Analyse & Strategie, bündelt interdisziplinäre Expertise zu Verschwörungsideologien, Desinformation, Antisemitismus & Rechtsextremismus.

Handelsregister: HRB 226823 B
Registergericht: Berlin
USt-ID-Nummer: DE 340877977

Vertreten durch:
Josef Holnburger

Redaktionell verantwortlich:
Josef Holnburger